A PERSUASÃO

Estratégias para uma comunicação influente

(tese de mestrado em Ciências da Comunicação)

Américo de Sousa,Universidade da Beira Interior

Março/2000

Índice e Introdução

INTRODUÇÃO

O estudo da persuasão pressupõe uma viagem pelos territórios teóricos que a sustentam: a retórica, a argumentação e a sedução. A retórica, porque originariamente concebida como “a faculdade de considerar para cada caso o que pode ser mais convincente”[1]; a argumentação, na medida em que visa “provocar ou aumentar a adesão de um auditório às teses que se apresentam ao seu assentimento”[2] e, finalmente, a sedução, porque a resposta do auditório pode também “nascer dos efeitos de estilo, que produzem sentimentos de prazer ou de adesão” [3]. É este contexto teórico de solidária vizinhança e interdependência funcional que Roland Barthes alarga ainda mais quando propõe que "a retórica deve ser sempre lida no jogo estrutural das suas vizinhas (Gramática, Lógica, Poética, Filosofia)”[4]. O mesmo se diga de Chaim Perelman ao defender que, para bem situar e definir a retórica, “é igualmente necessário precisar as suas relações com a Dialéctica”[5]. Já se antevê por isso a extrema dificuldade que aguarda quem ouse meter ombros a uma rigorosa delimitação de fronteiras entre os diferentes domínios teóricos presentes num processo de comunicação persuasiva. Mas se, desde Aristóteles, a retórica tem por objectivo produzir em alguém uma crença firme que leve à anuência da vontade e correspondente acção, então, no âmbito deste estudo, fará todo o sentido admitir uma aproximação conceptual entre a retórica e a persuasão. Aliás, num momento em que a evolução histórica da retórica vem sendo analisada em função de três importantes períodos, cronologicamente denominados de Retórica Antiga, Retórica Clássica e

1
2
3
4
5

Nova Retórica, deve notar-se que, em qualquer delas, foi a persuasão que permaneceu como seu principal elemento distintivo, independentemente das particulares técnicas e procedimentos discursivos nelas utilizados. Podemos por isso considerar a retórica como o principal instrumento de comunicação persuasiva, tanto mais que tendo surgido na antiguidade como técnica de persuasão, é ainda dessa forma que continua a ser encarada por Perelman e pela generalidade dos autores contemporâneos. A retórica parece, pois, estar para o acto (de comunicar) assim como a persuasão está para o efeito (da comunicação).

Como objectivo geral deste trabalho, propusemo-nos investigar os diferentes modos pelos quais a persuasão se manifesta no processo comunicacional, quais as estratégias, técnicas e procedimentos mais adequados a uma comunicação influente (ou deliberada) e até que ponto, a retórica - enquanto instrumento de persuasão crítica - pode favorecer a afirmação das subjectividades numa sociedade pluralista. A hipótese de que partimos e que intentamos confirmar neste nosso estudo, é a de que a persuasão, ao promover o confronto de opiniões e a afirmação de subjectividades, potencia o exercício da própria cidadania. Para a sua formulação muito pesou a constatação de que nos diferentes planos do nosso quotidiano, são numerosas as situações de comunicação que têm como objectivo conseguir que uma pessoa, um auditório ou um público, adoptem um certo comportamento ou partilhem determinada opinião. E estando a persuasão assim tão estreitamente ligada ao acto de convencer, ocorria perguntar: não poderá ela funcionar como alternativa ao sempre possível uso do poder ou até da violência física, para se conseguir de outrem um comportamento por si inicialmente não desejado? Será que ao traduzir-se pela renúncia ao uso da força, a persuasão retórica pode contribuir decisivamente para assegurar uma ligação social partilhada em vez de autoritariamente imposta? Foi com a expectativa de poder vir a responder a este conjunto de questões que iniciamos a nossa pesquisa e reflexão.

Por razões de ordem sequencial inerentes ao desenvolvimento teórico mas também pela necessidade de limitar a extensão do próprio trabalho, decidimos, por um lado, circunscrever o objecto de estudo à persuasão discursiva e por outro, preterir a abordagem da persuasão de massas, tanto mais que os efeitos exponenciais e a respectiva inserção sócio-política em que radica, justificam uma investigação mais profunda do que aquela que lhe poderíamos reservar no âmbito desta dissertação. Ainda assim, julgamos que algumas das considerações que fazemos na parte final do trabalho, deixam antever como o conhecimento retórico pode contribuir para uma reacção mais crítica dos seus destinatários. Temos também a esperança de que tal delimitação nos tenha permitido não só aprofundar o alcance e as particularidades que a persuasão pode imprimir aos processos comunicacionais como, de algum modo, realçar a sua importância no contexto da reflexividade contemporânea.

Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 52

Perelman, C., *O império retórico*, Porto: Edições ASA, 1993, p. 29
Meyer, M., *Questões de retórica: linguagem, razão e sedução*, Lisboa: Edições 70, 1998, p. 20

Cit. in Perelman, C., *O império retórico*, Porto: Edições ASA, 1993, p. 21

Perelman, C., *O império retórico*, Porto: Edições ASA, 1993, p. 21

Primeira Parte

RETÓRICA: DISCURSO OU DIÁLOGO?

1- O despertar da oratória

Desde sempre os gregos foram inveterados amantes da palavra, apreciando a eloquência natural mais do que qualquer outro povo antigo. A comprová-lo estão os brilhantes discursos que enchem as páginas da *Ilíada* e as fervorosas palavras que os comandantes militares dirigiam às suas tropas antes de entrar em combate. Os próprios soldados caídos na guerra eram logo honrados com solenes discursos fúnebres. Mas foi com o advento da democracia que esse interesse pela eloquência e oratória cresceu de uma maneira explosiva. Compreende-se porquê: o povo - onde não se incluíam, nem as mulheres, nem os escravos, nem os forasteiros - passou a poder reunir-se em assembleia geral para tratar e decidir de todo o tipo de questões. Assembleia geral que era ao mesmo tempo o supremo órgão legislativo, executivo e judicial. Nela se concentravam os mais altos poderes. Podia declarar a guerra ou a paz, alterar as leis, outorgar a alguém as máximas honras mas também mandá-lo para o exílio ou condená-lo à morte. Tratava-se de reuniões públicas e livres, pois todos os cidadãos podiam assistir, participar e votar. Logicamente, os que melhor falavam eram também os mais influentes. Logo, quem aspirasse a ter alguma influência nessas assembleias, forçosamente teria de possuir assinaláveis dotes oratórios. Além do mais, os conflitos entre cidadãos dirimiam-se perante tribunais constituídos por jurados eleitos por sorteio. Aquele que com suas palavras persuasivas lograsse prender a atenção dos jurados e convencê-los da sua posição, sairia vencedor do pleito. A oratória passou assim a ser fundamental, já não apenas para aqueles que aspiravam à política - que era a ambição ou carreira mais normal para os cidadãos livres daquele tempo - mas também para os cidadãos em geral que, dedicados aos seus negócios e ocupações agrícolas ou artesanais, com alguma frequência se viam envoltos em acusações e julgamentos no âmbito de infracções ou delitos, contratos, impostos, etc.

Nem toda a gente porém era capaz de falar em público com brilho e eficácia. Os menos

hábeis na oratória tinham de pedir a ajuda dos mais preparados. Daí ao florescimento de uma classe profissional de especialistas na arte de bem falar e escrever, foi um passo. Esses especialistas, ora transmitiam ensinamentos de retórica, ora representavam pessoalmente os seus clientes nos pleitos ou cediam-lhes discursos já feitos que aqueles pronunciariam como se fossem escritos por eles próprios. Com o passar do tempo a experiência oratória foi sendo reunida em máximas e preceitos tendentes à obtenção do êxito no tribunal ou na assembleia. A oratória tornava-se desse modo uma técnica e por meados do séc. V a. C. surgiam na Sicília os primeiros tratados de retórica, atribuídos a Kórax e Tísias, embora confinados praticamente à oratória forense e dando especial relevo aos truques a que o advogado poderia recorrer para vencer em juízo.

O verdadeiro fundador da técnica retórica, porém, foi um outro siciliano, Górgias Leontinos que surgiu em Atenas, no ano de 427 a. C., como embaixador da sua cidade natal e que desde logo causou a maior sensação, devido aos brilhantes e floreados discursos com que se dirigia aos Atenienses, a solicitar a sua ajuda. Muitos deles, fascinados pela sua oratória, tornaram-se seus discípulos, fazendo de Górgias o primeiro professor de retórica de que há conhecimento. Para Górgias, a oratória deveria excitar o auditório até o deixar completamente persuadido. Não lhe interessava uma eventual verdade objectiva, mas tão somente o convencimento dos ouvintes. Para o efeito, o orador deveria ter em conta a oportunidade do lugar e do momento, para além de saber adaptar-se ao carácter dos que o escutassem. Mas sobretudo, teria de usar uma linguagem brilhante e poética, cheia de efeitos, figuras e ritmos. Ele foi, pode dizer-se, o introdutor de uma oratória de exibição ou de aparato, sem obediência a qualquer finalidade política ou forense e orientada fundamentalmente para fazer realçar o próprio orador. Neste aspecto, em nada se afastava de muitos outros sofistas do seu tempo.

Aristóteles estudou os tratados de retórica deixados por Górgias e seus seguidores, chegando mesmo a resumi-los numa só obra em que procedeu à compilação das técnicas retóricas. Considerou, porém, tais tratados pouco satisfatórios, por não irem além do recurso aos truques legais e às maneiras mais absurdas de suscitar a compaixão dos jurados. Faltava uma apresentação séria e mais abrangente das regras e dos métodos da retórica, especialmente, os mais técnicos e eficazes, aqueles que se baseiam na argumentação.

Quando Aristóteles chegou a Atenas, Isócrates era o mais famoso e influente Mestre de retórica e possuía uma escola mais bem sucedida que a Academia de Platão, com a qual de resto rivalizava, na formação dos futuros homens políticos da cidade. Logo por altura da fundação da sua escola, Isócrates escreveu uma obra com o muito elucidativo título de *Contra os sofistas*, na qual acusava estes últimos de perderem o seu tempo e fazerem perder o dos demais com subtilezas intelectuais sem qualquer relevância para a vida, para a política ou para a acção. Igualmente condenava os retóricos formalistas por inculcarem nos seus alunos a falsa ideia de que a aplicação mecânica de um receituário de regras ou truques pode levar ao êxito.

Demarcando-se do que até aí tinha sido a orientação dominante dos grandes mestres da retórica, Isócrates proclama a necessidade de uma formação integral, que partindo de um carácter adequado, inclua o estudo tanto da temática política como da técnica retórica em toda a sua dimensão. Só assim se poderia formar cidadãos virtuosos e preparados para o êxito político e social. Assinale-se que era a esta formação integral, onde a retórica assumia um papel de relevo, que Isócrates chamava de Filosofia. Os demais filósofos, incluindo Platão, não passariam de sofistas pouco sérios.

Contra essa concepção se pronunciou Platão por achar que o ensino de Isócrates, para além de frívolo e superficial, era dirigido unicamente ao êxito social, ficando à margem de todo o questionamento filosófico ou científico sobre a natureza da realidade. Estava em causa a educação superior ateniense e, segundo Platão, a hegemonia da retórica, que visa a persuasão e não a verdade, era um perigo que urgia atacar decididamente. No seu diálogo *Górgias*, podemos ver como ele confronta a retórica e a filosofia, defendendo claramente uma espécie de tecnocracia moral, em que os verdadeiros especialistas (os filósofos) conduzam os cidadãos àquilo que é o seu interesse, isto é, a serem cada vez melhores. Condena a democracia onde os políticos oradores bajulam o povo e seguem servilmente os seus caprichos, o que só pode tornar os cidadãos cada vez piores. E esgrime os seus contundentes argumentos contra a retórica, negando-lhe o carácter de uma verdadeira técnica, por não se basear em conhecimento algum. Para ele, a retórica não passa de uma mera rotina concebida para agradar ou adular. É apenas um artifício de persuasão. Não da persuasão do bom ou do verdadeiro, mas sim da persuasão de qualquer coisa. Lembra que é graças à retórica que o injusto se livra do castigo, quando segundo ele, valeria mais ser castigado, pois a injustiça é o maior mal da alma. Platão conclui que a retórica não tem mesmo qualquer utilidade a não ser que se recorra a ela justamente para o contrário: para que o faltoso ou delinquente seja o primeiro acusador de si mesmo e de seus familiares, servindo-se da retórica para esse fim, para tornar patentes os seus delitos e se livrar desse modo do maior dos males, a injustiça.

Isócrates, por certo, não comungava de tão exaltado moralismo, pois a sua retórica estava orientada basicamente para a defesa de qualquer postura, para ganhar os pleitos, para persuadir a assembleia. Foi, porém, o mais moralista e comedido de todos os retóricos, em grande parte, devido às suas reais preocupações políticas, mas também por estar convencido que o virtuoso acaba sempre por ter mais êxito do que o depravado. Por isso se insurgia, tal como Platão, contra os sofistas mais cínicos e amorais. Compreende-se assim que Platão, com o decorrer dos tempos, tenha temperado a veemência das suas iniciais críticas à retórica, chegando mesmo a elogiar Isócrates, embora sem reconhecer à oratória outro mérito que não fosse o meramente literário. Na sua obra *Fedro* viria inclusivamente a admitir a possibilidade de uma retórica distinta, verdadeira e boa, que se confundiria quase com a filosofia platónica.

Idêntica mutação de pensamento parece ser de assinalar a Aristóteles, que depois de ter

inicialmente enfrentado Isócrates para defender a supremacia das teses platónicas - cujo êxito lhe valeu o convite para dirigir o primeiro curso de retórica na Academia - acabou por ir abandonando pouco a pouco as posições exacerbadamente moralistas destas últimas, em favor da incorporação de cada vez mais elementos da técnica oratória. Com isso, pode dizer-se que a sua concepção final da retórica, muito precisa e realista, se situa, pelo menos, tão próximo de Isócrates como de Platão.

Aristóteles insurge-se contra os retóricos que o precederam, acusando-os de se terem contentado com o compilar de algumas receitas e um sem número de subterfúgios ou evasivas aplicáveis à oratória, que visam apenas a compaixão dos juízes. E isto, quando há outros tipos de oratória para além da forense, tornando-se necessário proceder à sua distinção. Além do mais, os especialistas da oratória tinham até ali passado ao lado do recurso técnico mais importante a que pode deitar mão o orador: a argumentação, em especial, o entinema. São essas lacunas que Aristóteles se propõe suprir. Haveria que estudar as razões porque os oradores que pronunciam os seus discursos, umas vezes têm êxito e outras não. Sistematizar e explicitar essas razões é a grande tarefa da técnica, no caso, da técnica retórica.

Ao assumir essa posição, Aristóteles vai afastar-se de toda a concepção negativista da retórica, reconhecendo-lhe finalmente a dignidade de fundamento e de uso que até aí tanto fora questionada, especialmente por Platão e seus seguidores. Agora a técnica retórica é considerada útil para todos os cidadãos e até para os filósofos, pois perante os auditórios populares que formam as assembleias e os tribunais, de nada servem as demonstrações puramente científicas, sendo imprescindível recorrer à retórica, para obter o entendimento e convencer os restantes co-participantes. De contrário, corre-se o risco de ser vencido e ver a verdade e a justiça escamoteadas. Definitivamente, o saber defender-se com a palavra, passou a ser uma parte essencial da educação e cultura geral grega. E Aristóteles explica porquê: "se é vergonhoso que alguém não possa servir-se de seu próprio corpo [para se defender], seria absurdo que não o fosse no que respeita à razão, que é mais própria do homem do que o uso do corpo” [i]. É certo que uma das maiores acusações que Platão fizera à retórica tinha sido a de que esta poderia trazer graves consequências quando alguém dela se servisse para fazer o mal, mas Aristóteles riposta categoricamente, lembrando que "se é certo que aquele que usa injustamente desta capacidade para expor razões poderia causar graves danos, não é menos certo que isso ocorre com todos os bens, à excepção da virtude, sobretudo com os mais úteis, como o vigor, a saúde, a riqueza ou a capacidade militar, pois com eles tanto pode obter-se os maiores benefícios, se usados com justiça, como os maiores custos, se injustamente utilizados”[ii].

2- A técnica retórica de Aristóteles

2.1- Os meios de persuasão

A técnica retórica de Aristóteles consiste nos principais meios ou recursos persuasivos de que se vale o orador para convencer o auditório. Esses meios de persuasão podem classificar-se antes de mais em técnicos e não-técnicos. Os meios de persuasão não-técnicos são os que existem independentemente do orador: leis, tratados, testemunhos, documentos, etc. Os meios de persuasão técnicos são aqueles que o próprio orador inventa para incorporar a sua própria argumentação ou discurso e que se repartem por três grupos, tantos quantas as instâncias da relação retórica: *ethos*, o carácter do orador; *pathos*, a emoção do auditório e *logos*, a argumentação. Impõe-se, contudo, precisar um pouco melhor cada uma destas instâncias. Em primeiro lugar, o *ethos*. Sem dúvida que o carácter do orador é fundamental, pois uma pessoa íntegra ganha mais facilmente a confiança do auditório, despertando nele maior predisposição para ser persuadido. Mas trata-se aqui da impressão que o orador dá de si mesmo, mediante o seu discurso e não do seu carácter real ou a opinião que previamente sobre ele têm os ouvintes, pois estes dois últimos aspectos, não são técnicos. Quanto ao *pathos*, tem de se reconhecer que a emoção que o orador consiga produzir nos seus ouvintes pode ser determinante na decisão de serem a favor ou contra a causa defendida. Se o orador suscita nos juizes sentimentos de alegria ou tristeza, amor ou ódio, compaixão ou irritação, estes poderão decidir num sentido ou no outro. Foi aliás este o ponto mais estudado nos anteriores tratadistas da retórica. Por último, o *logos*, constituindo o discurso argumentativo é a parte mais importante da oratória, aquela a que se aplicam as principais regras e princípios da técnica retórica. E os recursos argumentativos são fundamentalmente dois: o *entinema* e o *exemplo* [3]. O entinema é o tipo de dedução próprio da oratória. Parece um silogismo mas não é, pois só do ponto de vista formal mantém semelhanças com o silogismo científico ou demonstração. A grande diferença reside nas suas premissas que, contrariamente ao que acontece no silogismo científico, não são nem necessárias, nem universais, nem verdadeiras. O entinema parte de premissas apenas verosímeis, que se verificam em muitos casos e são aceites pela maioria das pessoas, particularmente, pela maioria dos respectivos auditórios. Quanto ao exemplo, ele é o tipo de indução característico da oratória e consiste em citar oportunamente um caso particular, para persuadir o auditório de que assim é em geral.

Aristóteles concebe três géneros de oratória: a deliberativa, a forense e a de exibição [4]. A oratória deliberativa é a que tem lugar na assembleia e visa persuadir a que se adopte a política que o orador considera mais adequada. É a mais importante, a mais prestigiada, própria de homens públicos e aquela para a qual preferentemente se orientava o ensino de Isócrates e Aristóteles. A oratória forense, como o seu nome indica, é a utilizada perante os juízes ou jurados do tribunal, para os persuadir a pronunciarem-se a favor ou contra o acusado. Embora útil, não é

muito valorizada. Finalmente, a oratória de exibição, também chamada de epidíctica, é a que tem lugar na praça ou outro local similar, perante o público em geral, que o orador procura impressionar exibindo os seus dotes de oratória, normalmente fazendo o elogio de alguém ou de algo, ainda que isso seja um mero pretexto para o orador brilhar.

Cada um destes três géneros de oratória, possui uma especial relação com o tempo, conforme o efeito da persuasão se manifeste no passado, no presente ou no futuro. Na oratória deliberativa, por exemplo, está em causa o futuro, pois os membros da assembleia são chamados a deliberar sobre o modo como as coisas irão decorrer. A oratória forense, remete-nos para o passado pois os juizes ou jurados do tribunal decidem sobre actos que já decorreram. Por último, na oratória de exibição (ou epidíctica) é o presente que se assume como dimensão temporal, pois aí os ouvintes analisam e julgam a habilidade que o orador manifesta no preciso momento em que usa da palavra. Evidentemente que cada um destes três géneros de oratória tem também o seu específico objectivo: a oratória deliberativa procura obter uma certa utilidade ou proveito, a oratória forense visa a justiça e a oratória de exibição serve ao enaltecimento do orador, ainda que à custa do elogio de alguém. No que respeita aos meios de persuasão propriamente ditos, os *exemplos* são mais adequados à oratória deliberativa e os *entinemas* à oratória forense, ainda que ambos se utilizem numa e outra. Quanto ao encarecimento ou elogio, esse é mais frequente na oratória de exibição.

2.2- As premissas de cada tipo de oratória

O orador fará uso abundante dos entinemas que são o principal instrumento de persuasão de que dispõe. O entinema é uma inferência ou dedução (um silogismo, segundo a terminologia aristotélica) parecido na forma com a demonstração científica mas menos rigoroso, ainda que tanto ou mais convincente quando usado perante um público menos culto. No entinema “comem-se” com frequência as premissas, aparecendo só algumas e subentendendo-se as outras. Além disso, as premissas não precisam de ser verdadeiras, basta que sejam verosímeis. Nem o que as premissas do entinema formulam em geral necessita cumprir-se sempre, basta que se cumpra com frequência. A técnica retórica deve proporcionar um amplo repertório de premissas verdadeiras ou verosímeis ou geralmente aceites acerca de cada tema, de tal modo que a partir delas se possa construir os entinemas. Por isso Aristóteles dedica os capítulos IV, V, VI, VII e VIII do Livro I da sua Retórica à apresentação de lugares ou tipos de premissas utilizáveis em discursos deliberativos.

2.2.1- Na oratória deliberativa

Os temas mais frequentes na oratória deliberativa, perante a assembleia popular, são por excelência, os temas políticos, nomeadamente, impostos, guerra e paz, defesa, comércio exterior e legislação e é também sobre eles que Aristóteles faz uma série de considerações da maior

utilidade para o orador, após o que chama a atenção para o facto de, em última instância, toda a gente decidir tendo em vista a sua própria felicidade, coisa que o orador político ou deliberativo deveria ter em conta. A técnica retórica deverá então proporcionar ao orador premissas sobre a felicidade, que começarão pela sua própria definição e a dos seus elementos, pois é apelando à felicidade que esse orador conseguirá convencer os membros da assembleia. Aristóteles dá uma definição da felicidade que pode ser facilmente aceite por todos: "Seja pois felicidade a prosperidade unida à excelência ou suficiência dos meios de vida, ou a vida mais agradável, acompanhada de segurança ou plenitude de propriedades e do corpo, bem como a capacidade de os salvaguardar e usar, pois pode dizer-se que todos coincidem em que a felicidade consiste numa ou mais destas coisas” [5]. Mas como por vezes se apela não à felicidade plena mas somente a uma das suas partes, o orador deve dispor também de premissas sobre essas partes da felicidade que são, nomeadamente, a nobreza, a riqueza, a boa fama, as honras, a saúde, a beleza, o vigor e a força, o ter muitos e bons amigos, a boa sorte e a excelência ou virtude.

Quando o orador recomenda algumas coisas à assembleia, apresenta-as como proveitosas ou convenientes, ou seja, como bens ou como permitindo a obtenção de bens. Necessita por isso de dispor também de premissas sobre os bens, a começar pela sua própria definição e classes em que se podem agrupar. Esses bens são, em primeiro lugar, a felicidade, depois, a riqueza, a amizade, a glória, a eloquência, a memória, a perspicácia, os saberes, as técnicas e a justiça. Aristóteles preocupa-se em oferecer sobre todos esses bens pontos de vista que podem ser utilizados como premissas, por exemplo aquilo *cujo contrário é um mal, é ele mesmo um bem*. Nas situações em que todos estão de acordo em que duas propostas convêm ou são boas, o que se torna necessário é dizer qual delas convém mais ou é melhor. Por isso Aristóteles fornece uma bateria de critérios de comparação que podem ser usados pelo orador para apresentar um bem como preferível a outro.

2.2.2- Na oratória forense

Na oratória forense, que tem lugar no tribunal, o tema básico é saber se se cometeu ou não injustiça num caso determinado. E também ao orador forense a técnica retórica deve oferecer um vasto conjunto de definições, classificações, critérios e dados que ele possa utilizar com premissas dos seus entinemas. Aqui a noção fundamental que está em jogo é a de acto injusto que Aristóteles define como equivalente a “causar voluntariamente um dano contrário à lei” [6]. Ou seja, para que haja injustiça são necessários três requisitos: a produção de um dano, intenção de o provocar e violação da lei. Por sua vez, o acto é intencional quando é praticado sem estar forçado ou submetido a uma violência ou a uma necessidade exterior. Considerando que tudo o que se faz voluntariamente, será agradável ou dirigido ao prazer, Aristóteles define este último como "um processo de alma e um retorno total e sensível à sua forma natural de ser” [7] e descreve os diversos tipos de prazeres tais como prazeres naturais do corpo, prazeres da imaginação e

recordação, prazer de se vingar, prazer de vencer, prazer da honra, prazer do amor, prazer de aprender, prazer de mandar, etc., ao mesmo tempo que fornece as opiniões geralmente aceites e utilizáveis como premissas ao falar sobre se o acto foi realizado voluntariamente ou não e o que com ele poderia ter querido obter o agente.

Um outro conjunto de premissas para possíveis entinemas referem-se a quem é provável que cometa injustiça e quem é provável que a sofra. Assim, diz-nos que quem pode facilmente cometer injustiça são os que pensam que sairão dela impunes, porque ficarão ocultos ou porque conseguirão esquivar-se do castigo graças a determinadas influências, como acontece, por exemplo, com aqueles que "são amigos das vítimas dos seus delitos ou dos juizes, porque os amigos não se previnem contra as injustiças e preferem chegar a um acordo antes de recorrer aos tribunais, enquanto que os juizes favorecem os seus amigos, absolvendo-os ou impondo-lhes castigos leves" [8]. Quanto aos que considera que facilmente podem ser vítimas de injustiça, são os que não têm amigos, os estrangeiros e os trabalhadores. Recordemos que o acto para ser injusto tem de ir contra a lei. Aristóteles porém distingue a lei particular, que a *polis* estabelece para si própria, da lei comum resultante da natureza humana. Dentro da lei particular distingue igualmente a escrita da não escrita (costume). Diz ainda que a equidade vai mais além da lei escrita e que tem mais a ver com a intenção do legislador do que com o espírito da letra. Por isso apela mais a uma arbitragem que a um juízo, porque o árbitro atende ao equitativo, enquanto o juiz atende à lei.

Por último, Aristóteles estabelece os meios de persuasão que considera imprescindíveis nos julgamentos e que são cinco: as leis, os testemunhos, os contratos, as declarações sob tortura e os juramentos. E é aqui que nos aparece como eminente técnico retórico, colocando-se num plano amoral, capaz de atacar e defender qualquer posição e de dar a volta a qualquer argumento, como se espera de um bom advogado. Chega ao ponto de mostrar como a própria lei pode ser manipulada:

> (...) Falemos, portanto, em primeiro lugar, das leis e de como delas se deve servir quem exorta ou dissuade e quem acusa ou defende. Pois é evidente que quando a lei escrita seja contrária ao nosso caso, há que recorrer ao geral ou ao razoável como melhores elementos de juízo, pois isso é o que significa "com o melhor critério", não recorrer a todo o custo às leis escritas. E também que o razoável permanece sempre e nunca muda, como sucede com a lei geral (pois é conforme à natureza), enquanto que as leis escritas o fazem com frequência (....) atenderemos também ao que é o justo, não à sua aparência, o que é verdadeiro e conveniente, de forma que a escrita não é lei, porque não serve como a lei. E também que o juiz é como o contrastador de moeda, que deve distinguir entre a justiça adulterada e a legítima (....). Pelo contrário, quando a lei seja favorável ao caso, há que dizer que o "com o melhor critério" não serve para julgar contra a lei, mas sim para evitar prejuízos pelo desconhecimento do que a lei prescreve. E que ninguém escolhe o bom em absoluto, senão o que é bom para ele .

Em resumo, se a lei escrita nos é favorável, há que aplicá-la. Se a mesma não nos favorece

há que ignorá-la e substituí-la pela não escrita ou pela equidade.

No que se refere aos testemunhos, Aristóteles elabora também algumas regras técnicas de como proceder, quer quando dispomos de testemunhas, quer quando não as possuímos. "Argumentos convincentes para quem não tem testemunhos são que é necessário julgar a partir do verosímil e que isto é o que significa 'com o melhor critério', já que o verosímil não pode enganar, ao contrário do suborno, nem pode ser afastado por falso testemunho. Ao invés, para aquele que tem testemunhos, frente ao que não os tem, os argumentos serão que o verosímil não é algo que possa submeter-se a juízo e que não fariam falta os testemunhos se fosse suficiente a consideração dos argumentos apresentados" [10].

Quanto aos contratos Aristóteles diz que "o seu emprego nos discursos consiste em aumentar ou diminuir a sua importância, torná-los fidedignos ou suspeitos. Se nos favorecem, fidedignos e válidos, e o contrário, se favorecem a outra parte. Pois bem, fazer passar os contratos por fidedignos ou suspeitos em nada se diferencia do procedimento seguido com as testemunhas, pois os contratos são mais ou menos suspeitos, segundo o sejam os seus contratantes ou fiadores. Se o contrato é reconhecido e nos favorece, há que engrandecer a sua importância, sobre a base de que um contrato é uma norma privada e específica, não que os contratos constituam uma lei obrigatória, mas porque são as leis que fazem obrigatórios os contratos conformes à lei, e que, em geral, a própria lei é uma espécie de contrato, de tal forma que quem desconfia de um contrato ou o rompe também rompe com as leis" [11]. Igualmente no caso das confissões realizadas sob tortura, formula regras técnicas de proceder conforme tais confissões nos são ou não favoráveis. "As declarações sobre tortura são também testemunhos e dão a impressão de que que têm credibilidade, porque há nelas uma certa necessidade acrescentada. Nem sequer é difícil ver os argumentos precisos no que a elas se refere e cuja importância devemos engrandecer, no caso de nos serem favoráveis, no sentido de que são estes os únicos testemunhos verídicos. No caso de nos serem contrários e favoráveis à outra parte, trataremos de minimizá-los, falando em geral sobre qualquer género de tortura, pois não se mente menos quando alguém se vê coagido, seja enchendo-se de coragem para não dizer a verdade, seja recorrendo facilmente a mentiras para terminar a tortura mais cedo" [12]. Por aqui se vê como, no que respeita à persuasão, Aristóteles acaba por se colocar num plano estritamente técnico, estudando os meios sem tomar partido pelos fins. Com isso se afasta definitivamente do exaltado moralismo platónico, compreendendo, assim, o ponto de vista dos retóricos profissionais, que assume agora como seu.

2.2.3- Na oratória de exibição

Na oratória de exibição ou epidíctica, recordemos, pretende-se acima de tudo fazer luzir o orador, embora a pretexto de elogiar alguém. E para tal, Aristóteles recomenda, antes de mais,

que se tenha em conta em que lugar e perante que auditório se irá pronunciar o discurso, para que se louve o que em cada lugar mais se estime ou valorize. É certo, porém, que, o que sempre se elogia costuma ser um qualquer tipo de excelência. Logo, o que o orador epidíctico precisa é de dispor de um repertório de opiniões admitidas ou lugares acerca da excelência.

Mas o que é a excelência? Aristóteles define a excelência como a faculdade de criar e conservar bens, mas também como faculdade de produzir muitos e grandes benefícios, de prestar numerosos e importantes serviços. Elementos ou partes da excelência, são a justiça, a valentia, a temperança, a liberalidade, a magnanimidade e a racionalidade. Sobre todas estas excelências ou virtudes dá Aristóteles preciosas opiniões e conselhos técnicos. Considerando que se elogia alguém pelas suas acções e que é próprio de um homem insigne actuar por vontade deliberada, recomenda que se procure mostrar que o elogiado agiu deliberadamente. É mesmo conveniente realçar que assim agiu muitas vezes, nem que para tal seja preciso "tomar as coincidências e casualidades como se fizessem parte do seu propósito" [13].

2.3- Premissas comuns aos três tipos de oratória

2.3.1- Indução e dedução

Nos capítulos XVIII a XXV do Livro II da *Retórica*, Aristóteles refere os tópicos ou lugares comuns que podem ser muito úteis ao orador em qualquer dos três tipos de oratória já definidos. Para ele, os principais recursos lógicos de que se pode valer um orador para persuadir são o *exemplo* e o *entinema*, que correspondem à *indução* e à *dedução*, respectivamente. A indução costuma implicar uma certa passagem do particular ao geral, da parte para o todo. Porém, no exemplo, considerado como uma espécie de indução retórica, não se vai da parte para o todo, como na indução propriamente dita, nem do todo para a parte como na dedução, mas sim, de uma parte a outra parte, do semelhante para o semelhante e tem lugar quando os dois casos pertencem ao mesmo género, mas um é mais conhecido que outro. Seria como dizer que Dionísio [14], ao pedir uma escolta, aspira à tirania, só porque antes, também Pisístrato pedira uma escolta com essa intenção e depois de a obter, fez-se um tirano, aliás, como sucedera com outros, quando – diz Aristóteles – não se sabe ainda se é por isso que ele pede a escolta [15]. O exemplo é então um caso particular que o orador utiliza para apoiar a sua afirmação sobre outro caso anterior, distinto, mas do mesmo género, por apresentar certas características comuns. Há dois tipos de exemplos: os casos realmente sucedidos e os casos inventados. Entre os exemplos inventados contam-se as parábolas e as fábulas. As fábulas - diz Aristóteles - são muito adequadas para os discursos ao povo e têm a vantagem de ser mais fácil compor fábulas do que achar exemplos de coisas semelhantes realmente ocorridas. Contudo, "os acontecimentos são mais proveitosos para a deliberacão, pois a maioria das vezes o que vai ocorrer é semelhante ao

que já ocorreu” [16].

O entinema, por sua vez, é uma dedução em que as premissas são opiniões verosímeis, prováveis ou geralmente admitidas. E depois de ter elaborado separadamente premissas por cada tipo de oratória, Aristóteles oferece agora outras orientadas para temas ou tópicos comuns a todos eles. É assim que agrupa opiniões e critérios por tópicos como o possível e o impossível, se algo ocorreu ou irá ocorrer, sobre a magnitude, sobre o mais e o menos, as quais podem ser muito úteis em todo o tipo de situações oratórias. Entre as opiniões geralmente admitidas, que podem usar-se como premissas de entinemas, encontram-se as máximas, sentenças ou provérbios. Uma máxima é uma afirmação sobre temas práticos relativos à acção humana, tratados em geral. Algumas máximas são evidentes, triviais e não requerem justificação alguma. Outras, mais ambíguas, já requerem um epílogo que as explique ou justifique o que vai convertê-las, por sua vez, numa espécie de entinema. Mas porque recomenda Aristóteles o uso de máximas? Porque estas, por serem comuns e divulgadas, como se todos estivessem de acordo com elas, são consideradas justas.

2.3.2- Persuasão pelo carácter

Para ser um bom orador são necessárias duas coisas: saber argumentar bem e possuir perspicácia psicológica. Por isso Aristóteles para além de analisar e sistematizar os recursos argumentativos, estuda também os factores psicológicos da persuasão, a começar pelo carácter (*ethos*) do orador.

Com efeito, o poder de convicção do orador sobre o seu auditório não depende só dos factos que aduza, das premissas que empregue, nem da sua boa argumentação. "Os argumentos não só derivam do raciocínio demonstrativo, como também do ético, e acreditamos em quem nos fala na base de que nos parece ser de uma determinada maneira, quer dizer, no caso de parecer bom, benévolo ou ambas as coisas” [17]. Não se trata portanto - frise-se uma vez mais - da opinião prévia que o auditório possa ter sobre o orador nem tão pouco do carácter que este realmente possui, mas sim, do que aparenta ter quando se dirige ao auditório. É isso que pode ser decisivo para inclinar o auditório a aceitar as suas propostas. Persuade-se pelo carácter quando “o discurso se pronuncia de forma que torna aquele que fala digno de crédito pois damos mais crédito e demoramos menos a fazê-lo, às pessoas moderadas, em qualquer tema e em geral, mas de maneira especial parecem-nos totalmente convincentes nos assuntos em que não há exactidão mas sim dúvida (....) e não há que considerar, como fazem alguns tratadistas da disciplina, a moderação do falante como algo que em nada afecta a capacidade de convencer, mas antes, que o seu comportamento possui um poder de convicção que é, por assim dizer, quase o mais eficaz” [18].

Para despertar a confiança nos ouvintes, o orador precisa que estes lhe reconheçam três

qualidades: racionalidade, excelência e benevolência. Porque se o orador não é racional na sua maneira de pensar, então será incapaz de descobrir as melhores soluções. Já um orador racional mas sem escrúpulos, pode encontrar a solução óptima mas ou não a comunica ou tenta enganar, propondo gato por lebre. Só num homem insigne, a um tempo racional, excelente e bondoso, se pode confiar. Logo, o orador deve dar a impressão de que possui um tal carácter, se pretende persuadir, pois o seu êxito não depende só do que disser mas também da imagem que de si próprio projectar no auditório.

Sendo importante que o orador saiba dar a impressão de possuir um carácter digno de confiança, é igualmente necessário que conheça o carácter dos seus ouvintes e a ele saiba adaptar-se. Por isso Aristóteles nos capítulos XII a XVII do Livro II da Retórica procede à análise e classificação do carácter em relação com a idade e a fortuna. No que respeita à idade, distingue três classes: os jovens, os adultos e os velhos. Os jovens são apaixonados, pródigos, valentes e volúveis. Os velhos, são calculistas, avarentos, covardes e estáveis. Só os adultos maduros adoptam uma atitude intermédia e sensata. "Falando em termos gerais, o homem maduro possui as qualidades proveitosas que estão distribuídas entre a juventude e a velhice, ficando num termo médio e ajustado, pois que uma e outra ou se excedem ou ficam aquém do necessário” [19]. Em relação à fortuna, Aristóteles considera os factores de nobreza, riqueza, poder e boa sorte. Assim, os nobres tenderão a ser ambiciosos e depreciativos, os ricos serão insensatos e insolentes e os poderosos parecerão como ricos, mas ainda mais ambiciosos e viris.

2.3.3- As paixões do auditório

O orador de êxito não pode contudo limitar-se ao conhecimento passivo do carácter dos seus ouvintes. Tem também que influenciar activamente o seu estado de ânimo, provocando-lhes as emoções ou paixões (pathos) que mais convenham à causa, pois este despertar das paixões adequadas no auditório é um dos mais importantes recursos de persuasão. É que, como já ficou dito a propósito dos jurados e juízes, segundo a emoção que experimentem num dado momento, os ouvintes estarão predispostos a decidir num sentido ou no seu oposto. Nos capítulos II a XI do Livro II da Retórica, Aristóteles estuda as paixões dos ouvintes e fornece ao orador lugares, opiniões, informações e critérios que o ajudarão a provocar essas paixões quando isso for do seu interesse. Fá-lo agrupando as paixões em pares de contrários, como por exemplo a ira e a calma, o amor e o ódio, etc. De cada paixão dá uma definição, considerando além disso, a disposição mental em que surgem, as pessoas sobre quem recaem e os objectos ou circunstâncias que as provocam. Por exemplo, em relação ao amor, define-o como "o querer para alguém o que se considera bom, no seu interesse, e não no nosso, e estar disposto a levá-lo a efeito, na medida das nossas forças” [20]. Daqui deriva a sua concepção de amizade pois que para ele “amigo é o que ama e é correspondido no seu amor” [21]. Mas apesar da profundidade com que analisa cada uma

das paixões, a sua finalidade é sempre eminentemente técnica: "Portanto, é evidente que é possível provar que tais pessoas são amigos ou inimigos; se não o são, dar a impressão de que são e se se presume que o sejam, refutá-los, e se discutem por ira ou inimizade, levá-los para o terreno que se prefira" [22]. Com isto Aristóteles leva a cabo, de certo modo, o programa que Platão traçara na sua obra *Fedro* para uma possível técnica retórica genuína e onde punha como condição o conhecimento dos diversos tipos de emoção e de carácter, a fim de que fosse possível actuar também sobre cada carácter despertando nele a emoção adequada.

2.3.4- O discurso: estilo e ordem

Os capítulos I a XII do Livro III da Retórica tratam da elocução, a que Aristóteles chamava *a expressão em palavras do pensamento*. Na prosa científica essa expressão é directa, sem adornos, como convém aos que têm espírito aberto e buscam a verdade. Mas não costumam ser assim os ouvintes da oratória, pois trata-se maioritariamente de gente vulgar e sem grande preparação intelectual. Aristóteles reconhece que o justo "seria não debater mais que os puros factos, de sorte que tudo o que excede a demonstração é supérfluo. Contudo, [tal excesso] tem muita importância, devido às insuficiências do ouvinte" [23].

A intensidade e o tom da voz que emprega, o ritmo que dá ao seu discurso e a gesticulação com que o acompanha, configuram aquilo a que se pode chamar a actuação do orador, que neste aspecto, é como um actor de teatro. Será necessário cuidar da expressão já que "não é suficiente que saibamos o que devemos dizer, é forçoso também saber como devemos dizer, pois isso contribui em muito para que o discurso pareça possuir uma determinada qualidade" [24]. Por isso a técnica retórica deve abranger a actuação do orador.

Quanto ao discurso retórico propriamente dito, pode dizer-se que, ao contrário da prosa científica, ele tem pretensões literárias, pois brilhar, surpreender e até divertir, pode contribuir decisivamente para persuadir o auditório. Mas isso, segundo Aristóteles, não deve confundir-se com o recurso a um estilo poético, pesado, como o de Górgias, já que o uso de um estilo sereno, claro e natural é o mais adequado quando se pretende ser convincente. "Por isso não convém que se note a elaboração nem dar a impressão de que se fala de modo artificial mas sim natural (este último é o persuasivo, pois os ouvintes predispõem-se para contrariar, quando ficam com a ideia de que se está a metê-los numa armadilha, tal como acontece com os vinhos misturados)" [25]. O recurso literário mais importante da oratória é a metáfora. Mas é preciso saber encontrar metáforas adequadas, nem muito obscuras nem triviais. Por outro lado, o discurso, embora sem cair no verso, não pode renunciar ao ritmo. E Aristóteles explica porquê: "a forma que carece de ritmo é indefinida e deve ser definida, ainda que não seja em verso, já que o indefinido é desagradável e difícil de entender" [26]. Aristóteles critica o estilo pomposo, poético e artificial, o abuso de palavras complicadas, de epítetos desnecessários e de metáforas obscuras. O discurso

deve ser claro, adequado, escorreito e ser pronunciado de forma eficaz. Defende igualmente que, embora o estilo escrito costume ser mais exacto e o falado mais teatral, mais apropriado à interpretação, o orador técnico deverá dominar os recursos de ambos.

Nos capítulos XIII a XIX do Livro III, Aristóteles aborda a ordem do discurso e define que as suas partes essenciais são a exposição do tema e a argumentação persuasiva da tese do orador. Diz, além disso, que costuma juntar-se no início do discurso um preâmbulo que equivale ao prólogo do poema e ao prelúdio da composição musical e no final, um epílogo. A função principal do preâmbulo é a de expor qual é o fim a que se dirige o discurso, de modo a que o ouvinte possa seguir melhor o fio do mesmo. No epílogo, pelo contrário, refresca-se a memória do ouvinte sobre o que (supostamente) foi provado. E isto, não só porque "é natural que depois de se ter demonstrado que alguém é sincero e o seu contrário, um mentiroso, por meio deste recurso se elogie, se censure e finalize" [27], mas também porque a recapitulação dos pontos essenciais em que se baseou a argumentação irá facilitar a formação de uma opinião final sobre o seu grau de acerto ou eficácia.

Como já ficou dito, a *Retórica* de Aristóteles terá constituído, em parte, a realização do programa platónico exposto em *Fedro* de uma verdadeira técnica retórica. Só que enquanto levava a cabo essa tarefa, Aristóteles foi-se afastando das posições moralistas de Platão, ao mesmo tempo que se aproximava cada vez mais da concepção técnica neutral dos oradores e Mestres da altura, sobretudo, de Isócrates.

3- A retórica clássica: retórica das figuras

Durante a Idade Média, a retórica foi apenas utilizada como meio para o estudo de textos, menosprezando-se o seu uso prático. Nessa medida, foi aliás da maior importância na constituição do discurso literário durante o renascimento e o barroco, assim como influenciou os planos de estudos das humanidades e marcou particularmente a oratória sagrada. Chaim Perelman interroga-se sobre as razões que terão levado a que "a retórica dita *clássica*, que se opôs à retórica dita antiga, tenha sido reduzida a uma retórica das figuras, consagrando-se a classificação das diversas maneiras com que se podia ornamentar o estilo" [28]. E a principal explicação sobre o modo como terá ocorrido essa transformação, vai encontrá-la num artigo que Gérard Genette escreveu na revista *Communications*, denominado *La rhétorique restreinte* :

> Aparentemente é desde o início da Idade Média que começa a desfazer-se o equilíbrio próprio da retórica antiga, que as obras de Aristóteles e, melhor ainda, de Quintiliano, testemunham: o equilíbrio entre os géneros (deliberativo, judiciário, epidíctico), em primeiro lugar, porque a morte das instituições republicanas, na qual já Tácito via uma das causas do declínio da eloquência, conduz ao desaparecimento do género deliberativo, e também, ao que parece, do epidítico, ligado às grandes

circunstâncias da vida cívica: Martianus Capella, depois Isidoro de Sevilha, tomaram nota destas defecções, *rhetorica est bene dicendi scientia in civilibus quaestionibus*; o equilíbrio entre as "partes" (*inventio, dispositio, elocutio*), em segundo lugar, porque a retórica do *trivium*, esmagada entre gramática e dialéctica, rapidamente se vê confinada ao estudo da elocutio, dos ornamentos do discurso, *colores rhetorici*. A época clássica, particularmente em França, e mais particularmente ainda no século XVIII, herda esta situação, acentuando-a ao privilegiar incessantemente nos seus exemplos o corpus literário (e especialmente poético) relativamente à oratória: Homero e Virgílio (e em breve Racine) suplantam Demóstenes e Cícero; a retórica tende a tornar-se, no essencial, um estudo da *lexi*s poética [29].

Genette, no mesmo artigo, vai mais longe ainda, quando identifica a história da retórica com a restrição do seu próprio âmbito:

O ano de 1969-70 viu aparecer quase simultaneamente três textos de amplitude desigual, mas cujos títulos convergem de maneira bem sintomática: trata-se da *Rhétorique générale* do grupo de Liège, cujo título inicial era *Rhétorique généralisée*; do artigo de Michel Deguy "Pour une théorie de la figure généralisée"; e do de Jacques Sojcher, "La métaphore généralisée": retórica-figura-metáfora: sob a capa denegativa, ou compensatória, duma generalização pseudo-einsteniana, eis traçado nas suas principais etapas o percurso (aproximativamente) histórico de uma disciplina que, no decurso dos séculos, não deixou de ver encolher, como pele de chagrém, o campo da sua competência, ou pelo menos da sua acção. A *Retórica* de Aristóteles não se pretendia "geral" (e ainda menos "generalizada"): ela era-o, e de tal modo o era na amplitude da sua intenção, que uma teoria das figuras ainda aí não merecia qualquer menção particular; algumas páginas apenas sobre a comparação e a metáfora, num livro (em três) consagrado ao estilo e à composição, território exíguo, cantão afastado, perdido na imensidão de um Império. Hoje, intitulamos retórica geral o que de facto é um tratado das figuras. E se temos tanto para generalizar, é evidentemente por termos restringido demasiado: de Corax aos nossos dias, a história da retórica é a de uma *restrição generalizada* [30].

Paul Ricoeur, na sua obra sobre a metáfora, veio clarificar ainda mais esta restrição de que já nos fala Genette, ao lembrar que "a retórica de Aristóteles cobre três campos: uma teoria da argumentação que constitui o seu eixo principal e que fornece ao mesmo tempo o nó da sua articulação com a lógica demonstrativa e com a filosofia (esta teoria da argumentação cobre, por si só, dois terços do tratado), uma teoria da elocução e uma teoria da composição do discurso. Aquilo que os últimos tratados de retórica nos oferecem é, na feliz expressão de G. Genette, uma 'retórica restrita', restringida em primeiro lugar à teoria da elocução, depois à teoria dos tropos (....) Uma das causas da morte da retórica reside aí: ao reduzir-se, assim, (...) a retórica tornou-se uma disciplina errática e fútil. A retórica morreu quando o gosto de classificar as figuras suplantou inteiramente o sentido filosófico que animava o vasto império retórico, mantinha unidas as suas partes e ligava o todo ao *organon* e à filosofia primeira" [31].

Sobre as figuras, no entanto, é necessário proceder a uma importante distinção. Como diz Ricouer, ao lado da retórica fundada na tríade *retórica-prova-persuasão*, Aristóteles elaborou também uma poética que não é técnica de acção mas sim técnica de criação e que corresponde à tríade *poiésis-mimésis-catharsis*. Ora, ao referir-se à metáfora nos dois tratados, Aristóteles mostra-nos que a mesma figura pertence aos dois domínios, exercendo não só uma acção retórica, como desempenhando também um papel na criação poética. É por isso que Chaim Perelman estabelece uma diferença nítida entre figuras de retórica e figuras de estilo, quando afirma: "Consideramos uma figura como *argumentativa* se o seu emprego, implicando uma mudança de perspectiva, parece normal em relação à nova situação sugerida. Se, pelo contrário, o discurso não implica a adesão do auditor a esta forma argumentativa, a figura será entendida como ornamento, como figura de *estilo*. Ela poderá suscitar admiração, mas no plano estético, ou como testemunho da originalidade do orador" [32]. É indispensável, por isso, examinar as figuras dentro do contexto em que surgem. De outro modo, escapa-nos o seu papel dinâmico e todas se tornarão figuras de estilo. "Se não estão integradas numa retórica concebida como a arte de persuadir e de convencer, deixam de ser figuras de retórica e tornam-se ornamentos respeitantes apenas à forma do discurso" [33].

Perelman fixa a instauração da retórica clássica no séc. XVI, quando Pedro Ramo define a gramática como a arte de bem falar (falar correctamente), a dialéctica como a arte de bem raciocinar e a retórica como a arte de bem dizer (fazer um uso eloquente e ornamentado da linguagem). Note-se a amplitude com que a dialéctica surge nesta classificação, abrangendo tanto o estudo das inferências válidas como a arte de encontrar e julgar os argumentos. Com esta ampliação da dialéctica, naturalmente, a retórica de Aristóteles teria que ficar privada das suas duas partes essenciais, a invenção e a disposição, restando-lhe apenas a elocução, traduzida pelo estudo das formas de linguagem ornamentada. E é na sequência desta classificação de Pedro Ramo, que o seu amigo Omer Talon, publica em 1572, na Colónia, a primeira retórica sistematicamente limitada ao estudo das figuras, sob o entendimento de que a figura é “uma expressão pela qual o desenvolvimento do discurso difere do recto e simples hábito” [34]. É aqui que Perelman estabelece o nascimento da retórica clássica, uma retórica das figuras que, por degenerescência, iria conduzir progressivamente à morte da própria retórica.

No mesmo sentido vai Philippe Breton quando se interroga sobre as razões porque a partir do séc. XIX, a retórica, como matéria de ensino, desapareceu dos programas escolares e universitários em França. Também ele pensa que o definhamento da retórica começou muito antes do séc. XIX, fundando essa sua posição, nomeadamente, no pensamento de Roland Barthes: "este descrédito é trazido pela promoção de um valor novo, a evidência (dos factos, das ideias, dos sentimentos) que se basta a si mesma e passa sem a linguagem (ou crê poder passar), ou pelo menos, finge já se servir dela apenas como de um instrumento, de uma

mediação, de uma expressão. Esta 'evidência' toma, a partir do séc. XVI, três direcções: uma evidência pessoal (no protestantismo), uma evidência racional (no cartesianismo), uma evidência sensível (no empirismo)" [35]. E é justamente no cartesianismo e na sua rejeição do verosímil que se deve localizar a grande dificuldade da retórica em manter um lugar central nos sistemas de pensamento moderno. Em traços gerais, pode dizer-se que este foi um período de confrontação entre *a cultura da evidência* e a *cultura da argumentação*, com esta última a ficar para trás, alvo de um descrédito que afinal, não lhe diz respeito, na medida em que tal descrédito se relacionava apenas com o aspecto estético do discurso. Como sublinha Breton, foi preciso esperar até aos anos 60 para renascer o interesse da retórica, precisamente numa “época em que se começa a tomar consciência da importância e do poder das técnicas de influência e de persuasão aperfeiçoadas ao longo de todo o século e em que a publicidade começa a invadir com força a paisagem social e cultural” [36].

Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 51

Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 51

Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 55

Ibidem, p. 64

Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 71

Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 104

Ibidem, p. 108

Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 117

[9] Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, pp. 130-131

[0] *Ibidem*, p. 134

[1] Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 135

[2] *Ibidem*, p. 136

[3] Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 101

[4] Dionísio, tirano de Siracusa, em 405 a.C.

[5] Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 61

[6] *Ibidem*, p. 197

[7] Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 94

[8] *Ibidem*, pp. 53-54
[9] Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 185

[0] Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 152

[1] *Ibidem*

[2] *Ibidem*, p. 156

[3] *Ibidem*, p. 239

[4] Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 237

[5] *Ibidem*, p. 242

[6] *Ibidem*, p. 263

[7] Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 314

[8] Perelman, C., *O império retórico*, Porto: Edições ASA, 1993, p. 16

[9] *Cit. in* Perelman, C., *O império retórico*, Porto: Edições ASA, 1993, p. 17

[0] Perelman, C., *O império retórico*, Porto: Edições ASA, 1993, p. 17

[1] Perelman, C., *O império retórico*, Porto: Edições ASA, 1993, p. 18

[2] *Ibidem*, p. 19

[3] *Ibidem*

[4] Perelman, C., *O império retórico*, Porto: Edições ASA, 1993, p. 23

[5] Breton, P., *A argumentação na comunicação*, Lisboa: Publicações D. Quixote, 1998, p. 16

[6] *Ibidem,* p. 17

II PARTE
A NOVA RETÓRICA

1. Crítica do racionalismo clássico

O renascimento do interesse pela retórica muito deve à chamada "Escola de Bruxelas" [1], onde - não obstante as diferentes perspectivas de análise - três dos seus maiores representantes, Dupréel, Perelman e Meyer, convergiam num ponto fundamental: a crítica ao racionalismo clássico. É justamente a partir dessa ruptura com uma razão necessária, evidente e universal que Perelman vai elaborar a “filosofia do razoável” com que, epistemológica e eticamente, recobre a sua *nova retórica*, propondo um novo conceito de racionalidade extensivo ao

raciocínio prático, mais compatível com a vivência pluralista e a liberdade humana do que o consentiria a respectiva noção cartesiana de conhecimento. Sabe-se, com efeito, como ao fazer da evidência o supremo critério da razão, Descartes "não quis considerar como racionais senão as demonstrações que a partir de ideias claras e distintas, propagariam, com a ajuda de provas apodícticas, a evidência dos axiomas a todos os teoremas" 2. O que surgisse ao espírito do homem como evidente, seria necessariamente verdadeiro e imediatamente reconhecível como tal. Por princípio e por método, não se deveria conceder qualquer crença quando se trate de ciência, da qual, afirma Descartes, cumpre eliminar a menor dúvida. É, de resto, nesta linha de pensamento que surge a sua conhecida tese de que a cada vez que sobre o mesmo assunto dois cientistas tenham um parecer diferente "é certo que um dos dois está enganado; e até nenhum deles, parece, possuiu a ciência, pois, se as razões de um fossem certas e evidentes, ele poderia expô-las ao outro de uma tal maneira que acabaria por convencê-lo por sua vez" 3. Mas, como sublinha Perelman, a questão não reside no método cartesiano em sim mesmo, mas sim, no desmesurado âmbito da sua aplicação, que relembremos, seria o de "todas as coisas que podem cair no conhecimento dos homens" 4. É que Descartes tão pouco quis limitar as suas regras ao discurso matemático, antes se propôs fundar uma filosofia verdadeiramente racional e é aí, como acentua Perelman, que ele dá "...um passo aventureiro, que o conduz a uma filosofia contestável, quando se lembra de misturar uma imaginação propriamente filosófica com as suas análises matemáticas, transformando as regras inspiradas pelos geómetras em regras universalmente válidas" 5.

A sua filosofia teria assim como finalidade a descoberta da verdade e como fundamento a evidência. Seria uma filosofia inteiramente nova, uma verdadeira ciência que progrediria de evidência em evidência. Apenas enquanto não se alcançasse por este método o conhecimento da verdade seria necessário deitar mão a uma moral provisória cuja necessidade Descartes justifica do seguinte modo: "para não ficar irresoluto na minha conduta, enquanto a razão me obrigasse a sê-lo nos meus juízos, e, para não deixar de viver, desde então, o mais felizmente possível, formei para mim próprio uma moral provisória constituída somente por três ou quatro máximas...." 6.

Há aqui, como bem observa Rui Grácio, uma nítida distinção entre os domínios da teoria e da prática e o implícito reconhecimento das dificuldades que o recurso à *epoché* sempre coloca quando se trate de articular a razão com a acção. É que se "teoricamente, é possível permanecer-se irresoluto, sendo mesmo, como Descartes pensa, indispensável esse momento de purificadora suspensão para que o espírito se purgue de todo o tipo de preconceitos e para que as opiniões possam ser ajustadas 'ao nível da razão', já no domínio da acção o mesmo não se passa, pois estamos sempre, irremediavelmente *in media res*, incontornavelmente inseridos em contextos e situações, apegados a valores, convicções e normas ou, para o dizer abreviadamente, indissociavelmente ligados a uma ordem prévia determinante das

possibilidades de sentido para a nossa acção" 7. Daqui decorre o diferente estatuto que o cartesianismo confere a todo o conhecimento anterior. No plano teórico, tudo o que é prévio surge como não confiável, como potencial fonte de erro e obstáculo à clareza e distinção de uma razão que se crê portadora de uma garantia divina e que por isso mesmo contém em si própria o critério para distinguir o verdadeiro do falso. No plano prático, porém, o prévio impõe-se como indispensável sob pena de se ficar condenado a uma total arbitrariedade. É o que Descartes reconhece quando depois de ter formulado os seus preceitos morais provisórios, atribui a estes um fundamento que não vai além da utilidade instrumental de que se revestem: "as três máximas precedentes [as regras da sua moral provisória] outro fundamento não tinham senão o propósito de continuar a instruir-me...." 8.

Ficam assim evidenciadas as duas principais aporias da teoria do conhecimento cartesiana, por um lado, o carácter associal e an-histórico do saber e por outro, a nítida separação entre teoria e prática, aporias que irão ser, de resto, o principal alvo da vigorosa crítica de Perelman. Com efeito, no dizer do "pai da nova retórica", Descartes elaborou uma teoria do conhecimento não humano, mas divino, de um espírito único e perfeito, sem iniciação e sem formação, sem educação e sem tradição. E deste ponto de vista, a história do conhecimento seria unicamente a dos seus crescimentos e nunca a das suas modificações sucessivas, pois "se, para chegar ao conhecimento, é mister libertar-se dos preconceitos pessoais e dos erros, estes não deixam nenhum vestígio no saber enfim purificado" 9. Por outro lado, a separação clara e absoluta entre a teoria e a prática, faz com que, quando se trate, não da contemplação da verdade mas do uso da vida, na qual a urgência da acção exige decisões rápidas, o método cartesiano não nos sirva para nada.

Mas Perelman não poderia estar em maior oposição à tese cartesiana. Rejeitando a possibilidade de acedermos ao absoluto, vai condicionar a qualificação de conhecimento à dimensão probatória do saber afirmado: "enquanto a intuição evidente, único fundamento de todo o conhecimento, num Descartes ou num Locke, não tem a menor necessidade de prova e não é susceptível de demonstração alguma, qualificamos de conhecimento uma opinião posta à prova, que conseguiu resistir às críticas e objecções e da qual se espera com confiança, mas sem uma certeza absoluta, que resistirá aos exames futuros. Não cremos na existência de um critério absoluto, que seja o fiador de sua própria infalibilidade; cremos, em contrapartida, em intuições e em convicções, às quais concedemos nossa confiança, até prova em contrário" 10.

Já se antevê o relevo que a prova vai ter na sua concepção de saber e, em especial, na recuperação do mundo das opiniões para a esfera da racionalidade, uma racionalidade assim alargada, que não se confinando mais aos estreitos limites da verdade ou certeza absoluta, opera igualmente e com não menor eficácia nos domínios da razoabilidade onde o critério qualificador do racional será o acordo ou consenso e já não a evidência cartesiana. Para isso, é necessário afastar do espírito qualquer ideia de uma razão impessoal e absoluta. E é o que

Perelman faz, quando rejeita a identificação do racional com o necessário e do não-necessário com o irracional, no reconhecimento de que há entre esses dois extremos absolutos todo um imenso campo em que a nossa actividade racional se exerce enquanto instância da razoabilidade. Analisando sobretudo as características do raciocínio prático, ele propõe-se mostrar como a razão é apta a lidar também com valores, a ordenar as nossas preferências ou convicções, logo, a determinar, com razoabilidade, as nossas decisões. Esse é o campo da argumentação que ele identifica com a retórica e por cuja reabilitação e renovação se bate ao fundar a sua teoria da argumentação numa filosofia do razoável. Desse modo, a razão humaniza-se e ganha um novo rosto: a racionalidade argumentativa.

2. Por uma lógica do preferível: demonstração *versus* argumentação

Sabe-se como Perelman foi conduzido à retórica. Inicialmente interessado na investigação de uma hipotética lógica de juízos de valor que permitisse demonstrar que uma certa acção seria preferível a outra, acabou por retirar desse estudo duas inesperadas conclusões: primeiro, que não existia, afinal, uma lógica específica dos juízos de valor e, segundo, que aquilo que procurava "tinha sido desenvolvido numa disciplina muito antiga, actualmente esquecida e menosprezada, a saber, a retórica, a antiga arte de persuadir e de convencer" 11. Confessa, aliás, que foi da leitura e estudo da retórica de Aristóteles e de toda a tradição greco-latina da retórica e dos tópicos que lhe surgiu a surpreendente revelação de que "nos domínios em que se trata de estabelecer aquilo que é preferível, o que é aceitável e razoável, os raciocínios não são nem deduções formalmente correctas nem induções do particular para o geral, mas argumentações de toda a espécie, visando ganhar a adesão dos espíritos às teses que se apresentam ao seu assentimento" 12. Daí que parta igualmente da distinção aristotélica entre duas espécies de raciocínio - os raciocínios analíticos e os raciocínios dialécticos - para evidenciar a estreita conexão destes últimos (os dialécticos) com a argumentação. Percebe-se que Perelman quer deixar bem clara a diferença entre estas duas espécies de raciocínio, porque, além do mais, a análise dessa diferença serve na perfeição para ilustrar a indispensabilidade da retórica. Para o efeito socorre-se dos Analíticos onde Aristóteles estuda formas de inferência válida, especialmente o silogismo, que permitem inferir uma conclusão de forma necessária, sublinhando o facto de a inferência ser válida independentemente da verdade ou da falsidade das premissas, ao contrário da conclusão que só será verdadeira se as premissas forem verdadeiras. Assim, a afirmação “se todos os A são B e se todos os B são C, daí resulta necessariamente que todos os A são C”, traduz uma inferência que é puramente formal por duas razões: é válida seja qual for o conteúdo dos termos A, B e C (na condição de que cada letra seja substituída pelo mesmo valor sempre que ela se apresente) e estabelece uma relação entre a verdade das premissas e a da conclusão. Naturalmente que se a verdade

é uma propriedade das proposições, independentemente da opinião dos homens, o raciocínio analítico só pode ser demonstrativo e impessoal. Esse não é, porém, o caso do raciocínio dialéctico, que Aristóteles define como sendo aquele em que as premissas se constituem de opiniões geralmente aceites, por todos, pela maioria ou pelos mais esclarecidos (o verosímil será então aquilo que for geralmente aceite, cabendo aqui referir, no entanto, que, para Perelman a expressão "geralmente aceite" não deve ser confundida com uma probabilidade calculável, por ser portadora de um aspecto qualitativo que a aproxima mais do termo "razoável" do que do termo "provável"). Mas se o raciocínio dialéctico parte do que é aceite, com o fim de fazer admitir outras teses que são ou podem ser controversas, é porque tem o propósito de persuadir ou convencer, de ser apreciado pela sua acção sobre outro espírito, numa palavra, é porque não é impessoal, como o raciocínio analítico. Pode então fazer-se a distinção entre os raciocínios analíticos e os raciocínios dialécticos com base no facto dos primeiros incidirem sobre a verdade e os segundos sobre a opinião. É que, como diz Perelman, seria "...tão ridículo contentarmo-nos com argumentações razoáveis por parte de um matemático como exigir provas científicas a um orador" 13.

Constata-se assim uma nítida preocupação de revalorizar os raciocínios dialécticos, sem contudo pôr em causa a operatividade dos raciocínios analíticos. O que Perelmam denuncia é a suposta "purificação" feita pela lógica moderna, especialmente depois de Kant e dos lógicos matemáticos terem identificado a lógica, não com a dialéctica, mas com a lógica formal, acolhendo os raciocínios analíticos, enquanto os raciocínios dialécticos eram pura e simplesmente considerados como estranhos à lógica. Essa denúncia assenta basicamente na constatação de que se a lógica formal e as matemáticas se prestam a operações e ao cálculo, é também inegável que continuamos a raciocinar mesmo quando não calculamos, no decorrer de uma deliberação íntima ou de uma discussão pública, ou seja, quando apresentamos argumentos a favor ou contra uma tese ou ainda quando criticamos ou refutamos uma crítica. Em todos estes casos, não se demonstra (como nas matemáticas), argumenta-se. Daí que Perelman conclua: "É pois normal, se se concebe a lógica como estudo do raciocínio sob todas as formas, completar a teoria da demonstração, desenvolvida pela lógica formal, com uma teoria da argumentação, estudando os raciocínios dialécticos de Aristóteles" 14.

No âmbito da nova retórica, porém, o estudo da argumentação, visando a aceitação ou a rejeição duma tese em debate, bem como as condições da sua apresentação, não se limita à recuperação e revalorização da retórica de Aristóteles. Comprova-o, desde logo, o facto de Perelman assumir um diferente posicionamento quanto à relação entre a retórica e a dialéctica. Recordemos que nos seus Tópicos, Aristóteles concebe a retórica como oposta à dialéctica, chegando a considerá-la mesmo como o reverso desta última. Essa oposição, contudo, é fortemente tributária da distinção que o velho filósofo fazia entre uma e outra: a dialéctica como estudo dos argumentos utilizados numa controvérsia ou discussão com um único interlocutor e

a retórica, como dizendo respeito às técnicas do orador "dirigindo-se a uma turba reunida na praça pública, a qual não possui nenhum saber especializado e que é incapaz de seguir um raciocínio um pouco mais elaborado" [15]. Mas a nova retórica vem romper totalmente com essa distinção, na medida em que passa a dizer respeito aos discursos dirigidos a todas as espécies de auditórios, quer se trate de reuniões públicas, de um grupo fechado, de um único indivíduo ou até, de nós mesmos (deliberação íntima). Essa é, aliás, uma das novidades da nova retórica em que Perelman põe mais ênfase e para a qual apresenta a seguinte justificação: "Considerando que o seu objecto é o estudo do discurso não-demonstrativo, a análise dos raciocínios que não se limitam a inferências formalmente correctas, a cálculos mais ou menos mecanizados, a teoria da argumentação concebida como uma nova retórica (ou uma nova dialéctica) cobre todo o campo discursivo que visa convencer ou persuadir, *seja qual for o auditório a que se dirige e a matéria a que se refere*" [16]. Quando muito, Perelman admite que se possa completar o estudo geral da argumentação com metodologias especializadas em função do tipo de auditório e o género da disciplina, o que levaria à elaboração, por exemplo, de uma lógica jurídica ou de uma lógica filosófica, as quais mais não seriam do que aplicações particulares da nova retórica ao direito e à filosofia. Nesta afirmação poderemos surpreender uma outra inovação no seu pensamento retórico, pois dela decorre, como ele próprio assume, uma subordinação da filosofia à retórica, ao menos, no momento em que se trate de verificar se as teses da primeira merecem ou não ser acolhidas. A questão é esta: ou se admite que se pode fundar teses filosóficas com base no critério da evidência e, nesse caso, a filosofia bastar-se-á a si própria, não só quanto à sua elaboração mas também no tocante à sua demonstração ou não se admite que se possa fundar teses filosóficas sobre intuições evidentes e será preciso recorrer a técnicas argumentativas para as fazer prevalecer. Como já vimos, Perelman toma partido por esta segunda hipótese, o que o leva a considerar a nova retórica como um instrumento indispensável à filosofia, na convicção de que "todos os que crêem na existência de escolhas razoáveis, precedidas por uma deliberação ou por discussões, nas quais as diferentes soluções são confrontadas umas com as outras, não poderão dispensar, se desejam adquirir uma consciência clara dos métodos intelectuais utilizados, uma teoria da argumentação tal como a nova retórica a apresenta” [17]. Vislumbram-se aqui os primeiros alicerces fundacionais daquilo a que, numa das suas obras, virá a chamar “O império retórico” e que se tornam ainda mais visíveis quando afirma que a nova retórica “não se limitará, aliás, ao domínio prático, mas estará no âmago dos problemas teóricos para aquele que tem consciência do papel que a escolha de definições, de modelos e de analogias, e, de forma mais geral, a elaboração duma linguagem adequada, adaptada ao campo das nossas investigações, desempenham nas nossas teorias” [18].

Torna-se pois imperioso distinguir entre demonstração e argumentação, o que Perelman faz com assinalável clareza, começando por salientar que, em princípio, a demonstração é

desprovida de ambiguidade (ou, pelo menos, assim é entendida) enquanto a argumentação, decorre no seio de uma língua natural, cuja ambiguidade não pode ser previamente excluída. Além disso, a demonstração - que se processa em conformidade com regras explicitadas em sistemas formalizados - parte de axiomas e princípios cujo estatuto é distinto do que se observa na argumentação. Enquanto numa demonstração matemática, tais axiomas não estão em discussão, sejam eles evidentes, verdadeiros ou meras hipóteses, e por isso mesmo não dependem também de qualquer aceitação do auditório, na argumentação, a discutibilidade está sempre presente, já que o seu fim "não é deduzir consequências de certas premissas mas *provocar ou aumentar a adesão de um auditório às teses que se apresentam ao seu assentimento*" [19]. Pode então dizer-se que, no quadro do pensamento perelmaniano, a diferença entre demonstração e argumentação surge umbilicalmente ligada ao modo como nele se distingue a lógica tradicional da retórica. Não surpreende, por isso, que a própria noção de prova tenha que ser significativamente mais lata do que na lógica tradicional e nas concepções clássicas de prova pois a necessidade e a evidência não se coadunam com a natureza da argumentação e da deliberação. Nem se delibera quando a solução é necessária, nem se argumenta contra a evidência. Daí que Perelman venha dizer-nos que ao lado da prova para a lógica tradicional, dedutiva ou indutiva, impõe-se considerar também outro tipo de argumentos, os dialécticos ou retóricos. Este alargamento da noção de prova, mostra-se, aliás, em perfeita harmonia com o já referido alargamento da própria noção de razão. Organizada por um conjunto de processos que tendem a enfatizar a plausibilidade da tese que se defende, a prova retórica manifesta-se pela força do melhor argumento, que se mostrará mais forte ou mais fraco, mais ou menos pertinente ou mais ou menos convincente, mas que, pela sua natureza, afasta, à partida, qualquer possibilidade de poder ser justificado como correcto ou incorrecto. Além disso, o acto de provar fica assim indissociavelmente ligado a uma dimensão referencial que implica a consideração das condições concretas do uso da linguagem natural e da ambiguidade sempre presente nas noções vagas e confusas que integram aquela. Do que se trata agora é de realizar uma prova nas e para as situações concretas em que se elabora e face às quais se apresenta como justificação razoável de uma opção, pois, como diz Perelman, “a possibilidade de conferir a uma mesma expressão sentidos múltiplos, por vezes inteiramente novos, de recorrer a metáforas, a interpretações controversas, está ligada às condições de emprego da linguagem natural. O facto desta recorrer frequentemente a noções confusas, que dão lugar a interpretações múltiplas, a definições variadas, obriga-nos muito frequentemente a efectuar escolhas, decisões, não necessariamente coincidentes. Donde a obrigação, bem frequente, de justificar esta escolha, de motivar estas decisões” [20]. Rui Grácio assinala aqui uma deslocação fundamental na noção de prova, no sentido da sua desdogmatização, sem que, contudo, se tenha de cair no cepticismo radical. O que se passa é que as exigencias de rigor e certeza deixam de se cingir à polaridade *certeza absoluta-dúvida absoluta*, passando a

ser apreciadas à luz de uma lógica do preferível (ou informal) que já não visa a verdade abstracta, categórica ou hipotética, mas tão somente o consenso e a adesão. Abre-se assim espaço a um livre confronto de opiniões e argumentos que permite “dimensionar criticamente o acto de provar, ajustando-o às possibilidades e limites da condição humana (ligação com o passado, historicidade, impossibilidade de uma linguagem pura ou de um grau zero do pensamento) e mostrar que a própria exigência de provar só tem verdadeiramente um sentido humano quando nela se vêem implicadas a nossa responsabilidade e a nossa liberdade" 21. É que se o raciocínio teórico, onde a conclusão decorre das premissas de uma forma impessoal, permite elaborar uma lógica da demonstração puramente formal, de aplicação necessária, o raciocínio prático, pelo contrário, ao recorrer a técnicas de argumentação, implica sempre um determinado poder de decisão, ou seja, a liberdade de quem julga a tese, para a ela aderir ou não. O fim do raciocínio prático não é já o de demonstrar a verdade, mas sim, mostrar em cada caso concreto, que a decisão não é arbitrária, ilegal, imoral ou inoportuna, numa palavra, persuadir que ela é motivada pelas razões indicadas.

3. A adesão como critério da comunicação persuasiva

3.1. O duplo efeito da adesão

Que a retórica visa persuadir e que a adesão é, simultaneamente, o fim e o critério da comunicação persuasiva, é ponto assente. Mas qual a natureza e extensão dessa adesão? Quando se pode afirmar que há ou não adesão? Bastará para tanto que o interlocutor ou o auditório passem a comungar da mesma ideia que o orador? Poder-se-á falar de adesão passiva e adesão activa? Mais: será possível estabelecer alguma distinção entre adesão e convencimento? Santo Agostinho vem ao encontro deste conjunto de questões quando considera que o auditório só será verdadeiramente persuadido "se conduzido pelas vossas promessas e aterrorizado pelas vossas ameaças, se rejeita o que condenais e abraça o que recomendais; se ele se lamenta diante do que apresentais como lamentável e se rejubila com o que apresentais como rejubilante; se se apieda diante daqueles que apresentais como dignos de piedade e se afasta daqueles que apresentais como homens a temer e a evitar" 22. Dele nos diz Perelman que, falando aos fiéis para que acabassem com as guerras intestinas, não se contentou com os aplausos e falou até que vertessem lágrimas, testemunhando assim, que estavam preparados para mudar de atitude. Evidentemente que não podemos, hoje em dia, aceitar integralmente as ideias retóricas de Santo Agostinho, nomeadamente quando nos fala de "verdades práticas" e preconiza o aterrorizar do auditório. O que interessa aqui destacar é a sua visível preocupação por aquilo a que podemos chamar de "adesão activa", ou seja, a ideia

de que em muitos casos, ao orador não bastará levar o auditório a concordar com a sua tese - o que em si mesmo se traduziria pelo mero assentimento ou disposição de a aceitar - antes terá de se certificar que a adesão obtida configura também a acção ou a predisposição de a realizar. Ora a nova retórica contempla igualmente esse duplo efeito da adesão, já que "(...) a argumentação não tem unicamente como finalidade a adesão puramente intelectual. Ela visa, muito frequentemente, incitar à acção ou, pelo menos, criar uma disposição para a acção. É essencial que a disposição assim criada seja suficientemente forte para superar os eventuais obstáculos" 23. Um discurso argumentativo será então eficaz se obtiver êxito num dos dois objectivos possíveis: ou conseguir do auditório um efeito puramente intelectual, ou seja, uma disposição para admitir a plausibilidade de uma tese (quando a tal se limite a intenção do orador) ou provocar uma acção a realizar imediata ou posteriormente. Logo, com base no critério da tendência para a acção, poderemos configurar o primeiro dos efeitos como "adesão passiva" e o segundo, como "adesão activa". Num e noutro caso, porém, sempre está em causa a competência argumentativa do orador, os metódos e as técnicas retóricas a que recorre e, de um modo muito especial, o tipo de auditório sobre o qual quer agir.

3.2. Persuasão e convencimento: do auditório particular ao auditório universal

Segundo Perelman, é justamente pela análise dos diversos tipos de auditório possíveis que poderemos tomar posição quanto à distinção clássica entre convencimento e persuasão, no âmbito da qual se concebem os meios de convencer como racionais, logo, dirigidos ao entendimento e os meios de persuasão como irracionais, actuando directamente sobre a vontade. A persuasão seria pois a consequência natural de uma acção sobre a vontade (irracional) e o convencimento, o resultado ou efeito do acto de convencer (racional). Mas se, como sugere Perelman, analisarmos a questão pela óptica dos diversos meios de obter a adesão das mentes, forçoso será constatar que esta última é normalmente conseguida "por uma diversidade de procedimentos de prova que não podem reduzir-se nem aos meios utilizados em lógica formal nem à simples sugestão" 24. É o caso da educação, dos juízos de valor, das normas e de muitos outros domínios onde se julga impossível recorrer apenas aos meios de prova "puramente" racionais. Além disso, afigura-se igualmente muito problemática a possibilidade de determinar à partida quais os meios de prova convincentes e aqueles que o não são, segundo se dirijam ao entendimento ou à vontade, pois que, como se sabe, o homem não é constituído por faculdades completamente separadas. Acresce que "Aquele que argumenta não se dirige ao que consideramos como faculdades, como a razão, as emoções, a vontade. O orador dirige-se ao homem todo..." 25. Daí que a distinção entre persuasão e convencimento, quando centrada nos índices de confiabilidade e validação inerentes ao par

racional/irracional, pareça nada poder vir a acrescentar à compreensão do acto retórico. Estará mesmo contra-indicada pois “os critérios pelos quais se julga poder separar convicção e persuasão são sempre fundamentados numa decisão que pretende isolar de um conjunto – conjunto de procedimentos, conjunto de faculdades – certos elementos considerados racionais” 26. Surpreendentemente, porém, eis que Perelman submete essa mesma distinção a uma reciclagem conceptual e dela se serve não já para validar racionalmente os meios utilizados ou as faculdades às quais o orador se dirige, nem tão pouco para precisar o que se deve entender por persuasão e por convicção mas para estabelecer uma polémica diferenciação entre duas intencionalidades discursivas, que poderíamos prefigurar como intencionalidade técnica e intencionalidade filosófica, conforme se vise unicamente a adesão do auditório particular ou uma aprovação universal. O que, a nosso ver, se traduz numa diferente forma de perspectivar o *convencimento* fazendo-o convergir agora, do ponto de vista da argumentação, mais com a *potência* do que com o *acto*, mais com o que *deve ser* do que com o que *é*, mais com a *intenção do orador* do que com a *adesão do auditório*. A essa constatação nos reconduz a natural anterioridade de toda a intenção relativamente à apresentação e recepção efectivas de cada argumento. Reconheça-se, por isso, que, da concepção clássica de uma *convicção* fundada na verdade do seu objecto, já pouco resta neste modo perelmaniano de distinguir a *persuasão* do *convencimento*. A resposta de Perelman, mais do que solucionar, parece “matar” o problema. Da inicial *pretensão à verdade*, fica apenas uma *intenção de verdade* e um método para a retórica tendencialmente dela se aproximar, método esse que desde logo se vislumbra no modo como estabelece a diferença entre argumentação persuasiva e argumentação convincente quando se propõe “chamar persuasiva a uma argumentação que pretende valer só para um auditório particular e chamar convincente àquela que deveria obter a adesão de todo o ser racional” 27. Notemos aqui, antes de mais, que as expressões *pretende valer* e *deveria valer* são certamente suficientes para afirmar uma intenção de se chegar à persuasão ou à convicção mas nunca para definirem o que seja uma ou outra. Logo, são os *meios de obter a adesão das mentes* que ficam definidos e não a *persuasão* nem a *convicção*. Ou seja, é principalmente a atitude do orador e o seu modo de argumentar que estão em causa. Resta saber o que pode ser entendido por uma argumentação “que deveria obter a adesão de todo o ser racional”. É aqui que entra a controversa noção de *auditório universal* perelmaniano.

Já deixamos antever que para Perelman a questão do convencimento é indissociável da natureza do auditório. Ora este pode ser representado como “o conjunto daqueles que o orador quer influenciar pela sua argumentação” 28, o que é algo mais do que circunscrevê-lo ao número de pessoas física e directamente presentes ao orador. O deputado que discursa na Assembleia da República, será aqui um bom exemplo. Embora se dirija formalmente ao Presidente da Mesa, ele fala, não só para os restantes deputados que integram o Parlamento como também, frequentemente, para o conjunto de cidadãos que o irão ouvir, em suas casas,

na reportagem do telejornal. Pode mesmo falar para todos os portugueses se a causa que defende a todos respeita e até para os europeus ou, ainda, no limite, para todo o mundo, no caso do respectivo interesse nacional de alguma forma ser dimensionável ao nível da globalização. Teremos aqui o primeiro afloramento do que seja um auditório universal, no sentido que Perelman lhe atribui? Obviamente que não, pois a sua noção de auditório universal não se funda numa qualificação numérica ou espacial, em função da quantidade e localização dos destinatários de uma dada argumentação. Além disso, o auditório do exemplo que acabamos de referir insere-se na própria realidade, enquanto que o auditório universal de Perelman pura e simplesmente não existe, não se oferece a qualquer observação física, é uma pura construção ideal do orador. Nâo é pois nem uma universalidade concreta e delimitável, nem tão pouco uma universalidade teórico-abstracta autónoma e invariável que pudesse servir de garantia ou padrão qualificativo da argumentação convincente. Neste sentido, é perfeitamente compreensível a advertência de Perelman: "Em vez de se crer na existência de um auditório universal, análogo ao do espírito divino que tem de dar o seu consentimento à 'verdade', poder-se-ia, com mais razão, caracterizar cada orador pela imagem que ele próprio forma do auditório universal que busca conquistar para as suas opiniões. O auditório universal é constituído por cada qual a partir do que sabe de seus semelhantes..." 29. Mas daqui não decorre que seja convincente toda a argumentação que obedeça ao que cada uma das pessoas, num dado auditório, entenda como real, verdadeiro e objectivamente válido (de resto, tarefa impossível), e sim, a argumentação em que o orador crê que "todos os que compreenderem suas razões terão de aderir às suas conclusões" 30. Pode então deduzir-se que, de algum modo, o orador fica cometido de uma importante função prospectiva: a de avaliar antecipadamente o que os destinatários da sua argumentação devem (ou deveriam) pensar e concluir quanto às razões que ele próprio lhes irá apresentar. Mas ocorre perguntar se, nestas condições, estaremos ainda face a uma situação retórica. Até que ponto esta "convicção prévia" do orador sobre o carácter racional (logo, inatacável...) dos seus argumentos não irá dificultar ou até mesmo violar a livre discutibilidade a que aquela não pode nunca eximir-se? E de que poder ou faculdade tão especial dispõe quem argumenta para definir, à partida, o que os seus auditores deveriam entender como racionalmente válido? Pensamos que nesta sua concepção de auditório universal Perelman não resistiu ao "assédio" da razão objectiva (ainda que numa versão fortemente mitigada) que tanto critica em Descartes. Basta atentar nesta breve passagem do seu *Tratado da argumentação*: "É por se afirmar o que é conforme a um facto objectivo, o que constitui uma asserção verdadeira e mesmo necessária, que se conta com a adesão daqueles que se submetem aos dados da experiência ou às luzes da razão" 31. Facto objectivo? Que valor de universalidade pode ser atribuído a este conceito ao mesmo tempo que se reconhece que "não contamos com nenhum critério que nos possibilite, em qualquer circunstância e independentemente da atitude dos ouvintes, afirmar

que alguma coisa é um facto"? [32] Luzes da razão? Mas quem apela à razão, como diz Thomas Nagel, "...propõe-se descobrir uma fonte de autoridade em si mesmo que não é meramente pessoal ou social, mas antes universal - e que deverá também persuadir outras pessoas que estejam na disposição de a ouvir" [33]. Ora este modo de descrever a razão, como o reconhece o próprio Nagel, é de nítida inspiração cartesiana ou platónica [34]. O mínimo que se pode dizer, portanto, é que Perelman não explicitou com suficiente clareza esta sua noção de auditório universal, quer enquanto instância normativa da argumentação, quer como critério do discurso convincente. Tal como a apresenta, quer no *Tratado da argumentação*, quer no *Império retórico* ou na *Retóricas*, fica-nos, aliás, a impressão de que, movido pela louvável preocupação de conferir à retórica um cunho marcadamente filosófico, dela terá exigido mais do que a mesma poderia dar. É certo que "toda a argumentação que visa somente a um auditório particular oferece um inconveniente, o de que o orador, precisamente na medida em que se adapta ao modo de ver dos seus ouvintes, arrisca-se a apoiar-se em teses que são estranhas, ou mesmo francamente opostas, ao que admitem outras pessoas que não aquelas a que, naquele momento, ele se dirige" [35]. Mas não é o próprio Perelman quem, sem qualquer reserva, afirma que "é , de facto, ao auditório que cabe o papel principal para determinar a qualidade da argumentação e o comportamento dos oradores"? [36] E como conciliar a *imposição racional* do auditório universal [37] com a tolerância de situações em que a adesão do auditório se fica a dever à utilização de premissas cuja validade não é reconhecida pelo orador? Ainda que pareça algo estranho e incoerente, é o que Perelman faz quando refere, a certa altura, na sua obra *Retóricas*: "É possível, de facto, que o orador procure obter a adesão com base em premissas cuja validade ele próprio não admite. Isto não implica hipocrisia, pois o orador pode ter sido convencido por argumentos diferentes daqueles que poderão convencer as pessoas a quem se dirige" [38]. Será que, no entender de Perelman, a função normativa do auditório universal exerce-se quanto aos fins mas já não quanto aos meios da argumentação? Não estaríamos aqui perante um sério atropelo às preocupações ético-filosóficas na base das quais Perelman formula a própria intenção de universalidade que deve animar o orador? É provável que estas contradições ou ambiguidades em que a sua noção de auditório universal parece mergulhar e até mesmo o pendor universalista que a caracteriza, fiquem a dever-se, em grande parte, ao proposionalismo e correspondente acento lógico-intelectual da própria concepção perelmaniana de retórica (ou argumentação). Recordemos que esta remete-nos para o "estudo das técnicas discursivas que permitem *provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se lhes apresentam ao assentimento*" [39]. Mas Meyer (a quem voltaremos na III Parte deste estudo) veio mostrar como "a retórica não fala de uma tese, de uma resposta-premissa que não corresponde a nada, mas da problematicidade que afecta a condição humana, tanto nas suas paixões como na sua razão e no seu discurso" [40]. E, na medida em que, segundo este mesmo autor, "a relação retórica consagra sempre uma

distância social, psicológica, intelectual, que é contingente e de circunstância, que é estrutural porque, entre outras coisas, se manifesta por argumentos ou por sedução" [41], já não se vê razões para que a negociação dessa distância (em que se traduz toda a situação retórica) deva fazer-se sob a imperatividade de qualquer generalização prévia exterior ao próprio confronto de opiniões e, muito menos, quando tal generalização tenha lugar apenas na cabeça do orador (como preconiza Perelman), por muito qualificado e honesto que ele seja. A ideia de auditório universal que surge em Perelman algo nebulosamente identificada com a razão, parece assim desprovida de qualquer valor operatório enquanto critério ou método de aproximação à verdade. Surpreende, aliás, que depois de recusar o auditório íntimo como encarnação plena do auditório universal, sob o argumento de que não se pode confiar na sinceridade do sujeito que delibera para consigo mesmo, dado que "a psicologia das profundezas ensinou-nos a desconfiar até do que parece indubitável à nossa própria consciência" [42], Perelman tenha acabado por tão confiadamente fazer depender a racionalidade argumentativa "...de uma universalidade e de uma unanimidade que o orador imagina..." [43]. Concluindo, o auditório universal pode não corresponder à fórmula mais feliz de satisfazer a exigência de sinceridade e lucidez que se impõe a todo o orador, enquanto "ser para o outro", mas é, sem dúvida, uma afirmação do ideal ético que o deve nortear. O que não parece admissível é ver nele o (único) critério para se classificar um discurso como *convincente* ou "apenas" *persuasivo*, conforme a *intenção* do orador seja a de obter a adesão de todo o ser de razão ou só de alguns [44]. Porque a intenção de convencer não é ainda o convencer, nem a convicção do orador se propaga automaticamente ao seu próprio discurso ou àqueles a quem este se dirige. De resto, quando situada no plano comunicacional, a convicção, como assinala Mellor, não se limita ao que pretendemos comunicar. "Há também a convicção que temos de qual seja essa nossa convicção, que é a que vai determinar que a digamos. E, finalmente, há, claro, a nossa convicção de que quem nos ouvir ficará convencido do que dizemos" [45]. Quem decide, em última análise, se o discurso é ou não convincente é o auditório, de acordo com a maior ou menor intensidade da sua adesão. E ainda que se admita que um discurso convincente é aquele cujas premissas e argumentos são universalizáveis, no sentido de aceitáveis, em princípio, por todos os membros do auditório universal (como o faz Perelman), não se pode retirar ao auditório o seu direito de sancionar ou não tal generalização ou universalidade. No seio da retórica crítica, tão reiteradamente defendida pelo próprio Perelman, faria algum sentido intrometer um orador "iluminado" com a transcendente função de estabelecer à partida o que é *válido para todo o ser racional*? Uma coisa é a convicção com que o orador argumenta, outra, que pode ser bem diferente, é a convicção com que o auditório cimenta as suas crenças, os seus valores ou a que nele se forma sobre a pertinência e adequação dos argumentos que lhe são apresentados. Ora esta última terá sido praticamente ignorada por Perelman, facto tanto estranho quanto se tenha presente a sua própria recomendação de que o orador deve adaptar-

se ao auditório (como veremos no capítulo seguinte). É que implicando tal adaptação uma prévia selecção das premissas já aceites para a partir delas se justificar uma proposta ou conclusão, bem como a constante atenção do orador às sucessivas reacções daqueles a quem se dirige, como permanecer alheio à convicção com que o auditório perfilha tais crenças e valores ou até mesmo ao convencimento que nele se produz durante o desenvolvimento da argumentação? Cremos, por isso, que, ao nível do respectivo processo de comunicação, Perelman deu o maior relevo à convicção do emissor, mas descurou sistematicamente o papel que a convicção do receptor exerce na orientação e sentido do próprio acto de adesão.

4. Estratégias de persuasão e técnicas argumentativas

4.1. A escolha das premissas

O principal objectivo de um orador é conseguir a adesão às suas propostas. Logo, como observa Perelman, deve antes de mais saber adaptar-se ao seu auditório, sob pena de ver seriamente afectada a eficácia do seu discurso. Essa adaptação consiste, essencialmente, no reconhecimento de que só pode escolher como ponto de partida do seu raciocínio, teses já admitidas por aqueles a quem se dirige, mesmo que lhe pareçam inverosímeis. Já vimos que a finalidade da argumentação - ao contrário da demonstração - não é provar a verdade da conclusão a partir da verdade das premissas, mas sim, como lembra Perelman, "transferir para as conclusões a *adesão* concedida às premissas" 46. Não se preocupar com a adesão do auditório às premissas do seu discurso, levaria o orador a cometer a mais grave das faltas - a petição de princípio - ou seja, apresentar uma tese como já aceite pelo auditório, sem cuidar primeiramente de confirmar se ela beneficia previamente de uma suficiente adesão. A argumentação, como o seu próprio nome sugere, corresponde a um encadear de argumentos intimamente solidários entre si, com o fim de mostrar a plausibilidade das conclusões. Se uma das premissas do raciocínio argumentativo for contestada, quebra-se essa cadeia de solidariedade, independentemente do valor intrínseco da tese apresentada pelo orador. É que uma coisa é a verdade da tese, outra é a adesão que ela suscita, pois "mesmo que a tese fosse verdadeira, supô-la admitida, quando é controversa, constitui uma petição de princípio característica" 47. E porque a adesão pressupõe consenso, o orador deve recorrer aos *possíveis objectos de acordo* para neles fixar o ponto de partida da sua argumentação. Neste ponto, Perelman faz uma distinção entre os objectos de acordo que incidem sobre o *real*, sejam factos, verdades ou presunções e aqueles que recaem sobre o *preferível*, tais como valores, hierarquias e lugares, após o que procura explicitar cada um deles no quadro da nova retórica. Analisando o estatuto retórico dos *factos* e das *verdades* que a linguagem e o senso comum

associam a elementos objectivos e oponíveis a todos salienta que, do ponto de vista argumentativo não podem, contudo, ser desligados da atitude do auditório a seu respeito. É que se concebemos os factos ou as verdades como algo de objectivo, esse estatuto impor-se-á a todos, ou seja, será em princípio admitido pelo auditório universal, logo, o orador não precisará, neste domínio, de reforçar a adesão do auditório. Mas quando um facto ou uma verdade são contestados pelo auditório, o orador já não pode valer-se deles, excepto se mostrar que o oponente se engana ou que não há razão para atender à sua contestação. Nesse caso, estaríamos numa situação característica de desqualificação do oponente, retirando-lhe - no contexto argumentativo - a qualidade de interlocutor competente e razoável.

Tanto basta para que se tenha de reconhecer que no campo da argumentação, um facto ou uma verdade nunca têm o seu estatuto definitivamente assegurado, excepto quando se admita a existência de uma autoridade infalível ou divina. Sem a garantia absoluta que decorreria desta última, todos os factos e verdades poderão então ser postos em causa, independentemente de serem admitidos como tais pela opinião comum ou pela opinião de especialistas. Sublinhe-se, contudo, que, "se o acordo a seu respeito for suficientemente geral, ninguém os pode ignorar sem se tornar ridículo, a menos que forneça razões capazes de justificar o cepticismo a seu propósito" 48. Nesse caso, ao oponente não resta outra posição que não seja a de tentar desqualificar os factos ou verdades apresentadas pelo orador mas que não merecem a sua aprovação. E a forma mais eficaz de desqualificar um facto ou uma verdade é, segundo Perelman, "mostrar a sua incompatibilidade com outros factos e verdades que se afiguram mais seguras, e mesmo, de preferência, com um feixe de factos ou de verdades que não se está preparado para abandonar" 49. Mas para além dos factos e das verdades, o orador recorre também às chamadas *presunções*, que não apresentando a mesma garantia que aqueles, ainda assim, permitem fundar uma convicção razoável. Em certas situações retóricas serão mesmo um recurso argumentativo indispensável. Estão ligadas à experiência comum, ao senso comum, são elas que nos permitem orientar na vida. Fundam-se numa certa constatação estatística e assentam na convicção de que o que acontece habitualmente em cada situação de vida, é o normal. É neste contexto que poderemos, por exemplo, considerar as presunções de credibilidade natural, de ligação acto-pessoa e *ad hominem*, como praticamente omnipresentes em todas as situações retóricas. Com duas reservas, porém: primeiramente, a presunção tem sempre um carácter provisório, podendo vir a ser contraditada pelos factos; depois, como a noção de normal que está subjacente a toda a presunção é sempre mais ou menos ambígua, logo que sejam dados a conhecer os factos e a causa, a presunção pode vir a ser considerada não aplicável na ocorrência. Estaremos então perante uma tentativa de inverter a presunção que favorece a tese do adversário, tirando partido do efeito mais imediato de uma presunção, que é o de impor que sejam apresentadas provas àquele que se opõe à sua aplicação.

Vimos já que aos juízos que se supõe exprimirem o real conhecido ou presumido, podem opôr-se os que exprimem uma preferência - *valores* e *hierarquias* – e os que indicam o que é preferível - *lugares do preferível*. Perelmam vai buscar a Louis Lavelle um conceito operatório de valor: "pode dizer-se que o termo valor se aplica sempre que tenhamos de proceder a uma ruptura da indiferença ou da igualdade entre as coisas, sempre que uma delas deva ser posta antes ou acima de outra, sempre que ela é julgada superior e lhe mereça ser preferida" 50. Este conceito de valor parece adequar-se sobretudo às hierarquias, onde os elementos hierarquizados estão expressamente indicados. Mas lembra Perelman que, com muita frequência, os valores positivos ou negativos, traduzem também uma atitude favorável ou desfavorável sobre determinado acto ou objecto, sem qualquer intenção comparativa, como quando se qualifica (valorizando) algo de justo, belo, verdadeiro, real ou (desvalorizando) como mau, injusto, feio ou falso. Sendo controversos, os juízos de valor foram considerados pelos positivistas como não possuindo qualquer objectividade, ao contrário do juízos de realidade, onde a experiência e a verificação permitiria o acordo de todos. Mas Perelman entende que há valores universais, admitidos por todos, tais como o verdadeiro, o bom, o belo e o justo, embora reconheça que essa sua universalidade se fica a dever ao facto de permanecerem indeterminados. Uma vez que se tente precisá-los, aplicando-os a uma situação concreta, aí, sim, surgirão imediatamente os desacordos. Os valores universais serão pois um importante instrumento de persuasão, no dizer de E. Dupréel, uma “espécie de utensílios espirituais totalmente separáveis da matéria que permitem moldar, anteriores ao momento do seu uso, e ficando intactos depois de terem servido, disponíveis, como antes, para outras ocasiões” 51. Além disso, permitirão representar os valores particulares como um aspecto mais determinado dos valores universais.

Mas o estudo da argumentação centrada nos valores, leva-nos a considerar igualmente a distinção entre valor concreto e valor abstracto, conforme o mesmo se refira ou não a um ser particular, a um objecto, a um grupo ou instituição, com acentuação no seu carácter único. Por isso Perelman dá exemplos de comportamentos ou virtudes que só se podem compreender em relação a tais valores concretos - a fidelidade, a lealdade, a solidariedade, a honra - e enuncia, como valores abstractos (muito caros ao racionalismo) as regras válidas para todos e em todas as circunstâncias: a justiça, a veracidade, o amor à humanidade, o imperativo categórico de Kant em que a moral é definida pelo universalizável e o princípio do utilitarismo de Bentham que define o bem como aquilo que é mais útil à maioria. Tanto os valores concretos como os valores abstractos são indispensáveis na argumentação, mas surgem sempre numa relação de subordinação de uns aos outros, subordinação que parece oscilar, por vezes, radicalmente, ao longo da história. Para Aristóteles, por exemplo, o amor à verdade (valor abstracto) prevalece sobre a amizade a Platão (valor concreto). Já Erasmo defende que é preferível uma paz injusta (valor concreto) à justiça (valor abstracto). De um modo geral, sustenta Perelman, “os raciocínios fundados sobre valores concretos parecem característicos das sociedades conservadoras. Ao invés, os valores abstractos servem mais facilmente a crítica e estarão ligados à justificação da mudança, ao espírito revolucionário” 52.

A argumentação apoia-se ainda sobre *hierarquias*, tanto abstractas como concretas, sejam elas homogéneas ou heterogéneas. Exemplo de uma hierarquia concreta são os raciocínios que

partem da ideia de que os homens são superiores aos animais e os deuses aos homens. Mas há também as hierarquias abstractas, como a superioridade do justo sobre o útil ou da causa sobre o efeito. Estas hierarquias por outro lado, tanto podem ser heterogéneas quando relacionam entre si valores diferentes (a verdade acima da amizade de Platão, no caso de Aristóteles) como homogéneas, quando se baseiam numa diferença de quantidade (uma dor mais fraca é preferível a uma dor mais forte). De salientar, porém, que, contrariamente ao que se passa com o que se opõe ao real ou ao verdadeiro, que só pode ser aparência, ilusão ou erro, no conflito de valores não se opera nunca a desqualificação do valor sacrificado pois como diz Perelman "um valor menor permanece, apesar de tudo, um valor" 53. E esta é uma ideia que não pode deixar de estar presente na discutibilidade argumentativa, como referência básica do respeito pela liberdade do outro. Quanto aos *lugares do preferível*, estes desempenham na argumentação um papel análogo ao das presunções. Aristóteles dividiu-os em lugares comuns e lugares específicos. Os primeiros correspondendo a afirmações muito gerais sobre o que se presume valer mais seja em que domínio for e os segundos, que se identificam com o que é preferível em domínios particulares. No elenco de lugares possíveis descritos por Perelman, o destaque vai para os mais usuais: o lugar de quantidade, pelo qual se enuncia aquilo que é mais útil para a maioria ou nas situações mais diversas e o lugar de qualidade, quando a preferência de algo é fundada no facto de ser único ou raro.

4.2. As figuras de retórica na criação do efeito de presença

O facto do orador ter que colher as premissas da sua argumentação entre as teses já admitidas pelo auditório, para além de implicar uma escolha de factos e valores, faz surgir a necessidade de se decidir previamente sobre a melhor forma de os descrever, que tipo de linguagem deverá utilizar, qual a insistência com que o fará, tudo isso, em função da importância que lhes atribui. Naturalmente que a essa escolha de factos e valores seguir-se-á o recurso a adequadas técnicas de apresentação no intuito de os trazer para o primeiro plano da consciência, conferir-lhes uma visibilidade ou presença que torne quase impossível ignorá-los. É este efeito de presença que Perelman resolve ilustrar com uma curiosa narrativa chinesa já citada por Mencius:

> Um rei vê passar um boi que deve ser sacrificado. Tem piedade dele e ordena que seja substituído por um carneiro. Confessa que tal lhe aconteceu por ter visto o boi e não ter visto o carneiro 54.

Reconhecendo que a presença actua directamente sobre a nossa sensibilidade, Perelman põe, porém, algumas reservas à apresentação efectiva de um objecto com o intuito de comover ou seduzir o auditório, pois daí poderão decorrer também alguns efeitos perversos, tais como distrair os participantes ou orientá-los numa direcção não desejada pelo orador. Diz, aliás, que

as técnicas de apresentação, criadoras da presença, são sobretudo essenciais quando se trata de evocar realidades afastadas no tempo e no espaço. O que está aqui em causa, portanto, não é tanto uma presença efectiva mas antes uma presença para a nossa consciência. Estamos pois em sede dos efeitos de linguagem e da sua capacidade de evocação que pode oscilar entre uma retórica concebida como arte de persuadir e uma retórica como técnica de expressão literária. E se Perelman critica o reducionismo desta última enquanto definição do que seja a retórica, não deixa, simultaneamente, de reconhecer a operatividade do recurso às figuras, nomeadamente quando o orador visa criar o aludido efeito de presença. Importa, por isso, reconhecer que "(...) o esforço do orador é meritório quando ele consegue, graças ao seu talento de apresentação, que os acontecimentos, que sem a sua intervenção teriam sido negligenciados, venham ocupar o centro da nossa atenção" 55. Dividir o todo nas suas partes (amplificação) ou terminar com uma síntese destas últimas (conglomeração), repetir a mesma ideia por outras palavras (sinonímia), descrever as coisas de modo a que pareçam passar-se sob os nossos olhos (hipotipose) insistir em certos tópicos apesar de já entendidos pelo auditório (repetição) ou perguntar sobre algo quando já se conhece a resposta (interrogação), são apenas alguns dos modos pelos quais se pode criar um efeito de presença potenciador da própria argumentatividade. Mas, como destaca Perelman, é somente quando a figura de estilo desempenha também uma função argumentativa que ela se torna uma figura de retórica. De contrário, permanecerá no discurso como mero ornamento de linguagem.

4.3. Técnicas e estruturas argumentativas

Tomando por base o mesmo critério que permite a distinção entre figuras de retórica e figuras de ornamento ou de estilo da linguagem, poderemos então afirmar que, em geral, os meios de que se serve o orador só serão considerados como retóricos na medida em que se mostrem interconexionados e idóneos à obtenção da adesão. Estão nesse caso, em primeiro lugar, os próprios argumentos, quer quando servem de ligação para transferir para a conclusão a adesão concedida às premissas, quer quando revestem a forma de dissociação, para separar os elementos que a linguagem ou uma tradição reconhecida tinham anteriormente ligado entre si.
É conhecida a classificação dos argumentos elaborada por Perelman, em função do específico tipo de ligação (ou dissociação) para que remetem*: argumentos quase lógicos***,** *argumentos fundados na estrutura do real* e *aqueles que fundam essa estrutura*. Da minuciosa caracterização que o autor nos faz de cada um destes três grupos de esquemas argumentativos 56 interessa-nos, porém, reter apenas aqueles aspectos que nos parecem mais ilustrativos da força persuasiva que determinadas figuras ou procedimentos discursivos podem imprimir, num ou noutro sentido, ao processo global da argumentação. Naturalmente que sempre sem perder de vista, como aliás o próprio Perelman adverte, que a compreensão

última do sentido e alcance de um argumento isolado só é possível na sua estreita relação com a totalidade do respectivo discurso, com o contexto e a situação em que se insere.

No caso dos *argumentos quase lógicos*, a primeira coisa que salta à vista é a sua falta de rigor e precisão relativamente ao que se observa na demonstração. Mas as razões que o orador invoca e desenvolve para tentar ganhar a adesão do seu auditório são, efectivamente, de outra natureza. Não se trata já de uma demonstração correcta ou incorrecta, falsa ou verdadeira, mas de um encadeamento de argumentos mais ou menos fortes, mais ou menos plausíveis, que visam estabelecer um acordo, uma adesão. Argumentos que são "quase lógicos" precisamente pela aparência demonstrativa que lhes advém do facto de apelarem para estruturas lógicas tais como contradição, identidade e transitividade ou para relações matemáticas como a relação da parte com o todo, do menor com o maior e a relação de frequência. Só que, enquanto num sistema formal o aparecimento de uma contradição o fere de morte, tornando-o incoerente e inútil, o mesmo já não sucede na linguagem corrente, onde a contradição joga um papel completamente diferente. Perelman cita a famosa expressão de Heráclito "entramos e não entramos duas vezes no mesmo rio" para mostrar como vemos nela apenas uma contradição aparente que logo desaparecerá, ao interpretarmos de duas formas diferentes a expressão "o mesmo rio", ou seja, como podendo significar as duas margens (sempre as mesmas) e as águas que nele correm (sempre diferentes). A contradição só leva ao absurdo quando a univocidade dos signos não deixa em aberto qualquer hipótese de lhe escapar, o que não sucede com as expressões formuladas numa língua natural, sempre que se possa presumir que aquele que nos fala não diz coisas absurdas. É por isso que Perelman sustenta que na argumentação nunca nos encontramos perante uma contradição propriamente dita, mas sim, perante uma incompatibilidade, quando uma tese sustentada em determinado caso, entra em conflito com uma outra, já afirmada anteriormente ou geralmente admitida e à qual é suposto o auditório aderir. É que, ao contrário da contradição que nos levaria ao absurdo, a incompatibilidade apenas nos obriga a escolher uma das teses em conflito e a abandonar a outra ou restringir-lhe o alcance.

O carácter quase lógico de que este tipo de argumentos se reveste, traduz-se, portanto, num recurso à configuração representacional de operações tradicionalmente tidas como estritamente lógicas, mas sem que delas se possa necessariamente extrair o mesmo tipo de consequências que ocorrem no seio da lógica formal. É o caso, por exemplo, da *identidade e definição*. Como se sabe, uma identidade puramente formal ou se funda na evidência ou é estabelecida convencionalmente. Logo, não é susceptível de controvérsia. Mas esse não é o caso das identificações que têm lugar na linguagem corrente. No caso da definição, ao pretender-se identificar o "definiens" com o "definiendum", está-se a fazer um uso argumentativo da identidade, já que as definições tratam o termo definido e a expressão que o define, como intermutáveis. Diz Perelman que os lógicos tendem a considerar as definições

como arbitrárias mas que isso só é válido num sistema formal no qual se supõe não terem os signos outro sentido do que aquele que lhes é convencionalmente atribuído, pois numa língua natural já tal não acontece, a menos que se trate de termos técnicos nela introduzidos com o sentido próprio que lhes impõe. “Se o termo já existe, ele é solidário, na linguagem, de classificações prévias, de juízos de valor que à partida lhes conferem uma coloração afectiva, positiva ou negativa, já não podendo a definição do termo ser considerada arbitrária” 57**.** Ora os valores, sendo controversos, devem ser justificados através de uma argumentação que leve ao reconhecimento do argumento quase lógico com base no qual se justifica aderir à definição. Por isso, ou uma noção pode ser definida de várias maneiras e terá de se efectuar uma escolha, o que pressupõe a sua discussão, ou essa noção orienta o raciocínio, como no caso de uma definição legal e deverá ser justificada, excepto se se dispuser da autoridade do legislador.

Também a *regra da justiça* e a *reciprocidade* que lhe é inerente, fundadas no tão proclamado princípio de igualdade de tratamento perante a lei são, como nos lembra Perelman, a expressão de uma regra de justiça de natureza formal, segundo a qual “os seres de uma mesma categoria essencial devem ser tratados da mesma forma” 58. O recurso ao precedente e o costume não são mais do que aplicações dessa regra e correspondem à crença de que é razoável reagir da mesma forma que anteriormente, em situações análogas, se não tivermos razões suficientemente fortes para o lamentar. Uma forma de agir será então injusta se se traduzir por um comportamento diferente face a duas situações semelhantes. Perelman dá-nos como exemplo de utilização argumentativa desta regra de justiça, uma breve passagem de um sermão de Demóstenes: “Pretenderão eles, por acaso, que uma convenção, se contrária à nossa cidade, seja válida, recusando-se, no entanto, a reconhecê-la se lhe servir de garantia? É isso o que vos parece justo?” 59. Estas palavras de Demóstenes confirmam como importante instrumento de persuasão, o argumento de reciprocidade, que consiste na assimilação de dois seres ou duas situações, com o objectivo de mostrar que os termos correlativos numa relação devem ser tratados da mesma forma. Sabendo-se que em lógica formal, os termos *a* e *b*, antecedente e consequente de uma relação *R*, podem ser invertidos sem inconveniente, desde que tal relação seja simétrica, tudo o que é necessário fazer no campo argumentativo é mostrar que entre esses dois seres ou duas situações, há uma simetria essencial. Provada esta, torna-se possível aplicar o princípio da igualdade de tratamento. A regra de ouro, “não faças aos outros o que não queres que te façam a ti” é talvez a mais famosa aplicação da regra de justiça a situações que se pretendem simétricas.

Argumentos quase lógicos são também os que aparentemente se estruturam com base em propriedades lógico-formais como a *transitividade* e a *inclusão***,** onde as relações puramente formais “igual a” “incluído em”, “maior que” ou “o todo é maior que cada uma das suas partes” conferem uma acentuada persuasividade ao que é afirmado, mesmo quando tal ligação lógica

seja susceptível de ser desmentida pela experiência ou dependa de prévios juízos de valor. O mesmo se diga da propriedade de *divisão*, quando se tende a mostrar que só resta uma alternativa e que esta consiste em escolher a parte que constitui o mal menor, ou seja, quando a questão é apresentada sob a forma de um dilema constringente.

Também a *comparação* pode constituir um argumento quase lógico, quando na argumentação se utiliza um sistema de pesos e medidas sem que dê lugar a uma pesagem ou medição efectiva. O efeito persuasivo da comparação só se realiza, contudo, por haver a convicção de que se pode validá-la por uma operação de controlo. Dizer "as suas faces são vermelhas como maçãs" ou "é mais rico do que Cresus" são dois dos exemplos avançados por Perelman, em que parece exprimir-se um juízo controlável. Esse efeito persuasivo é de natureza variável, em função do termo de comparação que for escolhido. Assim, afirmar que um escritor é inferior a um reputado mestre ou considerá-lo superior a uma nulidade patente, é, segundo Perelman, "exprimir, em qualquer dos casos, um juízo defensável, mas cujo alcance é bem diferente" [60]. Numa pesagem ou medição real, a escala de medida é neutra e invariável. Mas na argumentação quase lógica, é muito raro que o termo de comparação seja determinado de forma rígida. Aqui o objectivo é mais impressionar do que informar e por isso mesmo, a indicação de uma grandeza relativa pode ser mais eficaz do que a indicação de uma grandeza absoluta, desde que o termo de comparação seja bem escolhido. Como diz Perelman, "para realçar a imensidão de um país, será mais útil dizer, em Paris, que ele é nove vezes maior que a França do que indicar que cobre metade do Brasil" [61].

Quanto aos *argumentos fundados no real*, eles fazem apelo a dois tipos de ligação de inegável importância persuasiva: as *ligações de sucessão*, como a relação causa e efeito e as *ligações de coexistência*, centradas na relação entre a pessoa e os seus actos. Se nas ligações de sucessão, o que se relaciona são fenómenos de nível idêntico, já as ligações de coexistência, apoiam-se em termos de nível desigual, como por exemplo, entre a essência e as suas manifestações. No caso das *ligações de sucessão*, a ideia de que existe um vínculo causal entre fenómenos, permite à argumentação dirigir-se em três direcções: para a procura das causas (e dos motivos, no caso dos actos intencionais), para a determinação dos efeitos e para a apreciação das consequências. E com base nas correlações, nas leis naturais e no princípio de que as mesmas causas produzem os mesmos efeitos, é possível formular hipóteses numa dada situação e submetê-las ao controlo de apropriadas investigações. Vão neste sentido, os dois exemplos adiantados por Perelman: aquele que num jogo de sorte ganha excessivas vezes poderá tornar-se suspeito de trapaça, pois uma tal suspeita torna a sua façanha mais compreensível e no tribunal, se várias testemunhas concordam na descrição de um certo acontecimento, sem que antes se tenham previamente entendido, o juiz tenderá a concluir que todas assistiram a esse mesmo acontecimento, cuja realidade atestam.

Ao contrário das ligações de sucessão que unem elementos da mesma natureza, com base

num vínculo de causalidade, as *ligações de coexistência* estabelecem um vínculo entre realidades de nível desigual, em que uma é apresentada como expressão ou manifestação da outra. Estão neste caso as *relações entre a pessoa e os seus actos, os seus juízos ou as suas obras*. Com efeito, tudo o que se diz sobre uma pessoa, diz-se em função das suas manifestações e tem por base a unidade e a estabilidade observáveis no conjunto dos seus actos. Presumimos essa estabilidade quando interpretamos o acto em função da pessoa. Se alguém age no desrespeito dessa estabilidade, acusamo-la de incoerência ou de mudança injustificada. É o carácter de uma pessoa que confere sentido e delimita o alcance do seu comportamento, mas são também as sua manifestações que nos permitem formar uma ideia sobre qual seja o seu carácter. Donde se pode concluir que a ideia que se faz da pessoa e a maneira de compreender os seus actos estão em constante interacção. É certo que, como refere Perelman, não se pode encarar a pessoa apenas no quadro da sua estabilidade, pois a sua liberdade e espontaneidade estão sempre associadas à possibilidade de mudança e adaptação, quer por iniciativa própria, quer por imposição do real. Reconhecer-se-á por isso a natureza ambígua das ligações de coexistência que se estabelecem entre as pessoas e os actos que praticam. Mas dado que só se conhecem as pessoas através das suas manifestações, são os actos que influenciam, sem dúvida, a nossa concepção sobre esta ou aquela pessoa. Uma concepção que, no entanto, mantém sempre uma certa relatividade, pois como salienta Perelman, "todo o acto é considerado menos como índice de uma natureza invariável do que como uma contribuição para a construção da pessoa que apenas termina com a sua morte" [62]. Feita essa reserva, é imperioso reconhecer que os actos passados contribuem para a boa ou má reputação. O prestígio de que se goza pode ser visto como um capital que se incorpora na pessoa, passando a constituir um activo a que é legítimo recorrer em caso de necessidade. E é nesse contexto que se cria um preconceito favorável ou desfavorável que irá influenciar a interpretação dos actos, conferindo-lhes uma dada intenção em conformidade com a ideia que se faz da pessoa em causa. Dito de outro modo, o prestígio de uma pessoa exerce uma determinada influência na maneira como são interpretados e acolhidos os seus actos. Daí o papel muito importante que o argumento de autoridade pode assumir na argumentação. É que, como diz Perelman, se nenhuma autoridade pode prevalecer sobre uma verdade demonstrável, o mesmo já não se passa quando se trata de opiniões ou juízos de valor. Aliás, na dinâmica argumentativa, muitas vezes nem é o argumento de autoridade que se põe em questão mas sim a autoridade que concretamente foi invocada. Neste sentido, o orador tenderá a enfatizar a autoridade que está de acordo com a sua tese e a desvalorizar a autoridade em que se apoiam os que sustentam uma tese contrária. Entendemos, porém, que a importância da ligação acto-pessoa não se limita à esfera de credibilização ou descredibilização das autoridades invocadas pelo orador, antes se assume também como indicador da sinceridade ou insinceridade com que ele próprio se dirige ao

auditório. Porque um orador pode ser dotado de uma excepcional competência argumentativa, pode mesmo aliar à técnica de raciocínio e expressão um natural encanto ou sedução pessoal, mas dificilmente conquistará a adesão do auditório se este o associar a um passado de actos tão reprováveis que infundam o legítimo receio de manipulação.

Caracterizada por Perelman como "uma relação de *participação*, assente numa visão mítica ou especulativa de um todo do qual símbolo e simbolizado fazem igualmente parte" 63, a *ligação simbólica* é uma outra estrutura argumentativa fundada no real de forte potencial persuasivo. Basta atentar no sentido injurioso de que geralmente se reveste o acto de queimar em público a bandeira de determinado país. Como o são igualmente os *argumentos de dupla hierarquia*, tanto de natureza quantitativa como qualitativa. As primeiras estarão presentes quando, por exemplo, do "facto de um homem ser maior do que outro se conclui que as suas pernas são também mais compridas" 64 e as segundas, que Perelman considera serem as mais interessantes, têm lugar quando da superioridade de um fim se conclui pela superioridade do meio que o permite realizar. É o que se passa quando a superioridade do adulto sobre a criança leva a que esta seja confrontada muitas vezes com a recomendação: "porta-te como um adulto!". Não negligenciável dentro deste tipo de argumentos é ainda a distinção entre *diferenças de natureza ou de ordem* e as *simples diferenças de grau*. Põe-se aqui a questão de saber quando é que uma diferença quantitativa se torna uma diferença qualitativa. Perelman dá-nos um exemplo sugestivo: "quantos cabelos é preciso arrancar a um cabeludo para que ele se torne careca?" 65. A resposta a esta questão exige sempre uma tomada de posição que permita transformar uma inicial diferença de grau numa posterior diferença de natureza (a passagem de cabeludo a careca). Pode ser muito útil, por exemplo, quando se pretenda defender que dois fenómenos não são tão distintos como parece à primeira vista. É, aliás, a um argumento de simples diferença de grau que recorreremos na parte final deste nosso estudo para mostrar a proximidade que nos parece existir entre a retórica e a hipnose, ao nível dos respectivos processos de comunicação.

Uma terceira espécie de ligações argumentativas, são aquelas que, no dizer de Perelman, fundamentam a estrutura do real. Englobam a fundamentação através de um caso particular (exemplo, ilustração, modelo e anti-modelo) mas também o raciocínio por analogia, onde se situa a própria metáfora enquanto analogia condensada. O *exemplo*, que, como se sabe, permite a passagem do caso particular para uma generalização, mostra-se um recurso mais ambicioso do que a *ilustração* com a qual se espera, sobretudo, impressionar. Já com o *modelo*, o que se pretende é a pura imitação do caso particular. E na medida em que no argumento pelo modelo o que se pretende seja imitado já não é uma acção mas uma pessoa, é possível, segundo Perelman, descobrir-lhe uma grande afinidade com o argumento de autoridade, já que, num e noutro, o prestígio da pessoa que se pretende imitar surge como elemento persuasivo e caucionador da própria acção visada. Quanto à *analogia*, Perelman

começa por apresentá-la como “uma similitude de estruturas cuja fórmula mais genérica seria: A está para B assim como C está para D” 66, após o que - depois de designar por *tema* o conjunto dos termos A e B (sobre os quais recai a conclusão) e por *foro* o conjunto dos termos C e D (que estribam o raciocínio) - faz incidir a sua força probatória no pressuposto (nem sempre confirmado) de que, “normalmente, o foro é mais bem conhecido que o tema cuja estrutura ele deve esclarecer ou estabelecer o valor, seja valor de conjunto seja valor respectivo dos termos” 67. Mas como diz Paul Grenet, citado por Perelman, “o que faz a originalidade da analogia e o que a distingue de uma identidade parcial, ou seja, da noção um tanto corriqueira de semelhança, é que em vez de ser uma relação de semelhança, ela é uma semelhança de relação” 68. Semelhança, portanto, da relação existente entre os termos A e B (do *tema*) com a relação em que se encontram os termos C e D (do *foro*). E é precisamente esta semelhança das duas relações que permite a transferência de valor do foro para o tema e do valor relativo dos dois termos do foro para o valor relativo dos dois termos do tema. O raciocínio por analogia obedece, pois, a uma forma mais ou menos estável que permite a ligação da relação anterior (já admitida) com a relação posterior (que se quer mostrar), forma essa que assenta no recurso aos termos de ligação “assim como...” e “também...” que antecederão a descrição de uma e outra. Condição essencial é que se proceda a uma criteriosa escolha do foro, sob pena de se obter um efeito contrário ao pretendido e, em certos casos, cair até no ridículo. Dizer, por exemplo, que *um respeitável rei merece a coroa, como um ladrão a corda*, adverte Perelman, pode exprimir o mais nobre espírito de justiça, mas é certamente uma forma extremamente infeliz, se não mesmo, rísivel, de a afirmar, dado o despropósito de uma tal aproximação. Idêntica precaução deve guiar-nos na escolha da *metáfora* mais eficaz do ponto de vista persuasivo, tanto mais que, quando integrada no processo de persuasão, ela pode ser vista como uma analogia condensada por fusão de um elemento do foro com um elemento do tema. Como descreve Perelman, “a partir da analogia A está para B assim como C está para D, a metáfora assumiria uma das formas “A de D”, “C de B”, “A é C”. A partir da analogia “a velhice está para a vida assim como a noite para o dia”, derivar-se-ão as metáforas “a velhice do dia”, “ o anoitecer da vida” ou “a velhice é uma noite” 69. Dessas três formas possíveis, as metáforas do tipo “A é C” serão certamente as mais falaciosas, por se tender a ver nelas uma identificação, quando apenas se pode compreendê-las adequadamente através da reconstrução da analogia. Acresce o facto desta espécie de metáforas surgirem por vezes ainda mais condensadas quando resultam da confrontação de uma qualificação com a realidade à qual se aplicam. É o que sucede se para descrever as façanhas de um guerreiro utilizamos a expressão “este leão arremeteu” querendo com isso dizer que ele é, em relação aos outros homens como o leão em relação aos outros animais.
Com efeito, dizer que um homem é um leão ou um cordeiro, é descrever metaforicamente o seu carácter ou comportamento, com base na ideia que se tem do comportamento desta ou

daquela espécie animal. É a chamada fusão metafórica do foro (animal) com o tema (homem). Dada a importância da metáfora no discurso persuasivo, a ela voltaremos, nomeadamente, para destacar a sua "mais valia" em termos de inteligibilidade e persuasão, face à correspondente expressão literal.

5. Amplitude da argumentação e força dos argumentos

Para o sucesso de um orador muito poucas coisas serão tão decisivas como o saber em que momento deve pôr fim à acumulação dos argumentos. O problema da amplitude da argumentação está pois intimamente relacionado com o número e a extensão dos argumentos necessários para que o auditório dê assentimento às teses que lhe são propostas. Ainda que muito esquematicamente, as tarefas ou etapas da argumentação que todo o orador deve percorrer, podem ser escalonadas do seguinte modo:

1º. Assegurar-se que as premissas são admitidas pelo auditório
2º. Reforçar, se for caso disso, a sua presença no espírito dos auditores
3º. Precisar o seu sentido e alcance
4º. Extrair os argumentos em favor da tese que defende

Ora, sabendo-se que no discurso retórico nenhum argumento é constringente, antes contribui para reforçar a apresentação no seu conjunto, poder-se-ia supor que a eficácia de tal discurso depende do número de argumentos utilizados. Nesse sentido, quanto maior fosse a acumulação de argumentos, mais consolidada ficaria a adesão do auditório. Mas Perelman vem lembar que há boas razões para rejeitar essa visão tão linear e optimista, já que:

1º. Um argumento que não esteja adequado ao auditório pode suscitar uma reacção negativa junto dos auditores. E, parecendo um argumento, irá afectar não só o conjunto do discurso como também a imagem do próprio orador.

2º. Apresentar razões em favor de uma tese é sempre, por outro lado, admitir que ela não é evidente, que não se impõe a todos.

3º. Há limites psicológicos que impedem uma ampliação não considerada dos argumentos. Se se trata de um discurso, a atenção e a paciência de quem escuta tem limites que é perigoso ultrapassar. Se se trata de um diálogo, não se pode esquecer que o tempo tomado por um orador é tirado àquele de que os outros disporiam.

Daí que o orador tenha todo o interesse em obter os melhores efeitos persuasivos com a maior economia de discurso possível, o que implica uma cuidadosa escolha dos argumentos, em função da sua respectiva força persuasiva. Mas o que é um *argumento forte*? Para Perelman, a apreciação da força de um argumento, parecendo marcadamente intuitiva, requer, contudo, a prévia separação entre duas qualidades: eficácia e validade. Uma coisa seria o argumento que persuade efectivamente, outra, o argumento que deve convencer todo o espírito razoável. Dito

de outro modo, a eficácia de um argumento estaria para o auditório a que concretamente é apresentado, como a validade para um auditório competente, em última análise, para o auditório universal. Pela nossa parte, contudo, retomando as reservas que já colocamos ao auditório universal, entendemos que não se deve associar a validade à força dos argumentos. Aliás, os próprios termos aqui utilizados por Perelman, *força* e *validade*, sugerem diferentes níveis de apreciação de um argumento, o primeiro, mais adequado à argumentação (retórica) e o segundo, próprio da demonstração (lógica). Porque se a metáfora da *força* parece uma expressão feliz para figurar a intensidade da persuasão talvez já não faça sentido falar de *força da validade*. A validade revela-se, é evidente, impõe-se por si mesma, sem precisar de qualquer "empurrão" argumentativo exterior. É certo que a retórica recorre às verdades lógicas como bases de sustentação ou de inferência para fazer acolher um argumento. Mas não é quando convoca os valores lógicos que ela verdadeiramente se exerce pois só se pode argumentar no terreno das opções. Logo, o orador tem que avaliar a força dos argumentos em função do auditório, das suas convicções, das suas tradições, dos métodos de raciocínio que lhe são próprios. Contudo, uma coisa é descobrir a força de um argumento, outra é conseguir transmiti-la ao auditório. Neste campo, o sucesso do orador dependerá não somente da sua particular intuição comunicativa mas também do recurso a certas práticas ou procedimentos argumentativos susceptíveis de aumentar (ou preservar) a força dos argumentos. Em situações pontuais pode até ser prudente restringir voluntariamente o alcance da argumentação, ficando aquém das conclusões que delas se poderiam retirar, para melhor reforçar no auditório a predisposição à confiança. São porém conhecidas diversas técnicas específicas para favorecer a aceitação dos argumentos, tais como *elogiar o adversário*, realçando a sua habilidade ou talento como orador, o que tenderá a diminuir na mesma proporção a força dos seus próprios argumentos, pois quanto mais se enaltece as suas qualidades oratórias, mais se insinua que por trás da aparente eficácia do seu discurso se esconde uma insuficiente argumentação; preferir o *argumento original* por ter, regra geral, mais força que o argumento já conhecido; *pegar no argumento do adversário* para o voltar contra ele, já que este, depois de o ter utilizado e reconhecido a sua força, fica sem qualquer possibilidade de o rejeitar, sem cair no descrédito geral; fazer uma *convergência de argumentos,* para obter o mesmo resultado através de métodos diferentes ou então, mostrar como vários testemunhos, independentes uns dos outros, coincidem no essencial e por último, perante a dúvida sobre qual o argumento que será mais eficaz, *recorrer a várias argumentações*, complementares ou até incompatíveis, seja uma segunda argumentação que vem apoiar e reforçar a primeira, seja a chamada dupla defesa, muito usada nos tribunais, quando, por exemplo, o advogado de defesa começa por sustentar que o facto supostamente ilícito não ocorreu, mas logo em seguida, afirma que, ainda que tivesse ocorrido, tal facto não configuraria qualquer ilicitude. Mas em última análise forçoso é concluir que tanto a determinação da amplitude da argumentação como a selecção das técnicas de apresentação que visem reforçar a persuasividade dos respectivos argumentos, devem obedecer às particulares circunstâncias concretas de cada situação argumentativa.

6. A ordem dos argumentos no discurso

Desde sempre foi reconhecida a necessidade de se ordenar as matérias a tratar a fim de mais facilmente se obter a adesão do auditório. Uma primeira forma de ordenação consiste em proceder à divisão do discurso em partes, segundo a específica função que cada uma delas nele exerce. Compreende-se assim que o discurso retórico tenha chegado a ser dividido em cinco partes: exórdio, narração, prova, refutação e recapitulação. Aristóteles, porém, fazendo notar que uma divisão tão pormenorizada seria válida apenas para um ou outro género oratório mas nunca para todos, considera que há somente duas partes que são indispensáveis: o

enunciado da tese e os meios de a provar. Perelman, que parece acolher esta divisão de Aristóteles, recorre uma vez mais ao confronto com a demonstração para justificar a importância que se deve atribuir à ordenação dos argumentos. “Notemos, desde já, que numa demonstração puramente formal a ordem não tem importância; trata-se, com efeito, graças a uma inferência correcta, de transferir para os teoremas o valor da verdade, atribuída por hipótese, aos axiomas. Ao invés, quando se trata de argumentar, tendo em vista obter a adesão de um auditório, a ordem é importante. Com efeito, a ordem de apresentação dos argumentos modifica as condições da sua aceitação” 70. Mas o facto de se olhar a divisão do discurso em duas partes verdadeiramente essenciais, não significa que a primeira das divisões aqui citada – exórdio, narração, prova, refutação, recapitulação – se revele totalmente inútil em termos de ordenação dos argumentos, mas tão só, que não é susceptível de uma aplicação taxativa a todos os géneros oratórios. O exórdio, por exemplo, ainda que em princípio o seu objecto seja estranho à discussão propriamente dita, tem uma finalidade funcional muito precisa: suscitar a benevolência e o interesse do auditório e criar neste uma predisposição favorável ao respectivo orador. Simplesmente, o exórdio pode ser suprimido, por exemplo, se o orador já é bem conhecido do seu auditório, ou, como é cada vez mais vulgar, quando a sua apresentação seja confiada a outra pessoa, que poderá ser até o próprio presidente da sessão. De qualquer modo, sempre que tenha lugar, o exórdio incidirá sobre o orador, o auditório, o tema ou sobre o adversário. No que respeita ao orador e ao adversário, Aristóteles diz que, consoante os casos, o exórdio visa fazer desaparecer um preconceito desfavorável ao orador ou criar um preconceito desfavorável ao adversário. No primeiro caso, é indispensável que o orador comece por aí, pois não se escuta de bom grado alguém que se considera hostil ou desprezível; no segundo caso, ou seja, quando se trata de enfraquecer o adversário, “o orador deve colocar os seus argumentos no fim do discurso, de modo a que os juizes se lembrem claramente da peroração” 71. O lugar de um argumento deverá pois ser determinado em função da sua finalidade e do meio mais eficaz de a alcançar. Se a narração dos factos é indispensável no processo judicial, já não o é muita vezes num discurso deliberativo, quando os ditos factos são perfeitamente conhecidos do auditório. Com efeito, seria totalmente contra-indicado proceder a uma exaustiva e enfadonha descrição de situações que o auditório já domina, quando se reconhece que o interesse e a atenção dos auditores é essencial para se obter a sua adesão às teses do orador. Também no discurso epidíctico, quer esteja em causa um elogio ou uma censura, a narração só se tornará indispensável se tais factos forem ainda desconhecidos do público a que o discurso se dirige. Mas a opção ou não pela narração dos factos pode depender também de outras razões. No caso do processo judicial, por exemplo, enquanto o acusador recorrerá a uma narração pormenorizada que dê aos factos uma presença tal que faça com que o juiz não mais os perca de vista, o defensor, em princípio, procurará opor-se à narração do adversário, detendo-se especialmente sobre o que o justifica

ou desculpa. Não se pode por isso estabelecer à partida uma divisão do discurso demasiado apertada ou muito rígida, já que nem todos os discursos têm a mesma estrutura. Esta, dependerá sempre da concreta situação retórica a que o discurso se aplica, particularmente do seu objecto, do auditório e do tempo de que se dispõe.

Qualquer que seja a divisão do discurso escolhida, subsistirá sempre a questão de se determinar, mesmo no interior de cada uma das partes, qual a ordem pela qual se devem apresentar os diversos argumentos. Tomando por base a força de cada argumento, Perelman analisa as três ordens que têm sido preconizadas: a *ordem da força crescente*, a *ordem da força decrescente* e a *ordem nestoriana*, em que se começa e acaba com argumentos fortes, deixando os restantes para o meio da argumentação. Qual delas será a mais eficaz? Parece que as três apresentam vantagens e inconvenientes. Na ordem crescente, o facto de se começar pelos argumentos mais fracos pode instalar uma certa letargia no auditório e, principalmente, induzir neste uma imagem menos favorável do orador, o que fatalmente irá esmorecer o seu prestígio e a atenção que lhe é dispensada. Na ordem decrescente, ao terminar o discurso com os argumentos mais fracos, o orador deixa no auditório uma impressão igualmente fraca, que, por ser a última, pode muito bem ser a única de que os auditores se vão lembrar. A ordem nestoriana, não apresenta nenhum desses dois inconvenientes, na medida em que começa e acaba com argumentos fortes, mas tem contra si o facto de pressupor a força dos argumentos como uma grandeza imutável, isto é, não leva em linha de conta que a força de um argumento varia sempre em função do auditório e que este, por sua vez, também muda com o desenrolar do próprio discurso. É o que Perelman pretende mostrar quando afirma: "(...) se a argumentação do adversário impressionou o auditório, interessa refutá-la de início, em aplanar, por assim dizer, o terreno, antes de se apresentar os próprios argumentos. Ao invés, quando se fala em primeiro lugar, a refutação dos eventuais argumentos do adversário nunca precederá a prova da tese que se defende. Haverá muitas vezes, aliás, interesse em não as evocar para não dar aos argumentos do adversário um peso e uma presença que a sua evocação antecipada acaba, quase sempre por reforçar" 72. O que é importante é não perder de vista que a eficácia do discurso muda com o seu próprio desenrolar e que por isso mesmo, cada argumento deve surgir no momento em que possa exercer mais efeito e mostrar-se devidamente ajustado ao modo como os respectivos factos vão sendo interpretados. Se a finalidade do discurso é persuadir o auditório, então a ordem dos argumentos não pode deixar de ser constantemente adaptada a tal finalidade.

---

1 Cf. Grácio, R., Racionalidade argumentativa, Porto: Edições ASA, 1993, p. 14
2 Perelman, C., De l'évidence en métaphysique, in Le Champ de L'argumentation, Presses Universitaires de Bruxelles, 1970, p. 236
3 Descartes, Oeuvres, ed. de la Pléiade, Paris, 1952, p. 40 cit in Perelman, C., Retóricas, S. Paulo: Martins Fontes, 1997, p. 211

4 Descartes, R., Discurso do Método, Porto: Porto Editora, 1988, p. 73
5 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 163
6 Descartes, R., Discurso do Método, Porto: Porto Editora, 1988, p. 78
7 Grácio, R., Racionalidade argumentativa, Porto: Edições ASA, 1993, p. 18
8 Descartes, R., Discurso do Método, Porto: Porto Editora, 1988, p. 82
9 Perelman, C., Retóricas, S. Paulo: Martins Fontes, 1997, p. 159
10 Ibidem, p. 160
11 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 15
12 Ibidem
13 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 22
14 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 24
15 Ibidem
16 Perelman, C., O império retórico. Porto: Edições ASA, 1993, p. 24
17 Ibidem, p. 27
18 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 27
19 Ibidem p. 29
20 Perelman, C., cit. in Grácio, R., Racionalidade argumentativa, Porto: Edições ASA, 1993, p. 79
21 Grácio, R., Racionalidade argumentativa, Porto: Edições ASA, 1993, p. 80
22 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 32
23 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 31
24 Perelman, C., Retóricas, S. Paulo: Martins Fontes, 1997, p. 63
25 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 32
26 Perelman, C. e Olbrechts-Tyteca , L., Tratado da argumentação, S. Paulo: Martins Fontes, 1999, p. 30
27 Ibidem, p. 31
28 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 33
29 Perelman, C. e Olbrechts-Tyteca , L., Tratado da argumentação, S. Paulo: Martins Fontes, 1999, p. 37
30 Ibidem, p. 35
31 Ibidem
32 Perelman, C. e Olbrechts-Tyteca , L., Tratado da argumentação, S. Paulo: Martins Fontes, 1999, p. 76
33 Nagel, T., A última palavra, Lisboa: Gradiva-Publicações, Lda, 1999, p. 12
34 Cf. Ibidem
35 Perelman, C. e Olbrechts-Tyteca , L., Tratado da argumentação, S. Paulo: Martins Fontes, 1999, p. 34
36 Ibidem, p. 27
37 Ou do modo como o orador o imagina
38 Perelman, C., Retóricas, S. Paulo: Martins Fontes, 1997, p. 71
39 Perelman, C. e Olbrechts-Tyteca , L., Tratado da argumentação, S. Paulo: Martins Fontes, 1999, p. 4
40 Meyer, M., Questões de retórica: linguagem, razão e sedução, Lisboa: Edições 70, Lda., 1998, p. 31
41 Ibidem, p. 26
42 Perelman, C., Tratado da argumentação, S. Paulo: Martins Fontes, 1999, p. 46
43 Ibidem, p. 35
44 Cf. Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 37
45 Mellor, D., Falar verdade, in Mellor, D., (Org), Formas de comunicação, Lisboa: Editora Teorema, 1995, p. 97
46 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 41
47 Ibidem, p. 42
48 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 44
49 Ibidem
50 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 45
51 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 46
52 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 48
53 Ibidem
54 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 55
55 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 56
56 Perelman, C. e Olbrechts-Tyteca , L., Tratado da argumentação, S. Paulo: Martins Fontes, 1999, p. 219
57 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p.80
58 Ibidem, p. 84
59 Ibidem, p. 85
60 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 93
61 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 94
62 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 107
63 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 115
64 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 116
65 Ibidem, p. 117
66 Perelman, C. e Olbrechts-Tyteca , L., Tratado da argumentação, S. Paulo: Martins Fontes, 1999, p. 424
67 Ibidem68
68 In ibidem
69 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 133
70 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 159

71 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 160
72 Perelman, C., O império retórico, Porto: Edições ASA, 1993, p. 161

III PARTE

RETORICA, PERSUASAO E HIPNOSE

1. Os Usos da Retórica

1.1. A revalorização da subjectividade

A retórica suscita e dá lugar à afirmação da subjectividade. Desde logo, porque se mostra especialmente apta para lidar com valores, para justificar preferências e, em última instância, para fundar as nossas decisões. Depois, porque a argumentação, que lhe confere operacionalidade, desenvolve-se em obediência a uma lógica do preferível, do razoável ou plausível, para além de ficar sempre vinculada a um critério de eficácia eminentemente pluralista: a adesão do respectivo auditório. Porém, mais do que reconhecer a expressão da subjectividade na dinâmica argumentativa, importa agora tentar compreendê-la através das condições em que surge e dos modos em que se manifesta.

Em primeiro lugar, deve notar-se que o espaço em que intervém esta subjectividade coincide com o campo de actuação da própria retórica, ou seja: entre o necessário e o arbitrário, entre a verdade evidente, objectiva e impessoal e a intuição, crença ou vontade individual. Confirma-o Perelman, quando diz que somente uma teoria da argumentação permitirá "reconhecer, entre o evidente e o irracional, a existência de uma via intermediária, que é o caminho difícil e mal traçado da razoável" 1. Ora entre o evidente e o irracional está a opinião, o saber comum. E o que a nova retórica faz é recuperar a validade consensual da opinião, como portadora de uma racionalidade prática que, não obstante se afirmar decisionalmente em múltiplas situações de vida - desde logo, na esfera do nosso quotidiano - tem permanecido sistematicamente fora dos quadros de produção do chamado conhecimento racional. Simplesmente, "não é eliminando todas as opiniões, a contribuição da tradicão e os ensinamentos da história que se explicará, a um só tempo, a constituição progressiva das ciências e a persistência dos desacordos em muitos domínios" 2.

Mas o que é afinal a opinião? Philippe Breton definiu-a como "conjunto das crenças, dos valores, das representações do mundo e das confianças noutros que um indivíduo forma para ser ele próprio" 3. Independentemente, porém, da maior ou menor coerência com que se estruture, a opinião não se constitui nunca como definitiva ou imutável, antes se encontra sujeita a uma perpétua mutação, pela consideração e confronto com outras opiniões. A opinião está, portanto, no centro da argumentação, da discutibilidade. Significará isso que tudo é discutível?

Breton assinala três grandes domínios que escapam à opinião, por se integrarem na certeza: a ciência, a religião e os sentimentos. Com efeito, os resultados científicos não se discutem, impõem-se a todos, graças às suas características de objectividade e universalidade. Se existem controvérsias neste domínio elas confinam-se ao círculo restrito dos próprios cientistas

e, ainda assim, subordinam-se a específicas regras técnicas, elas mesmas em ruptura com o senso comum, próprio das opiniões. Enquanto o conhecimento científico se situa do lado da objectividade e da verdade, a opinião emerge da subjectividade, do verosímil. Aliás, se a opinião fosse uma certeza objectiva, infalível, a argumentação deixaria de fazer qualquer sentido, pois não se argumenta contra o que é evidente e necessário.

Outro domínio que escapa à argumentação é a religião. A fé "partilha-se, comunica-se, mas não se explica nem se discute" [4]. É certo que na religião, como salienta Breton, nem tudo é pura revelação ou fé no mistério, pelo que, naturalmente, também ocorrem debates, discussões. Mas tal como no caso dos cientistas, é necessário distinguir entre as discussões internas a uma crença e a argumentação que respeita a cada um na sua universalidade, pois não seria aceitável generalizar esse tipo de discussão a toda a sociedade humana, fazendo dele o centro de todos os debates.

Por último, também os sentimentos que nos movem e nos comovem nada têm a ver com opiniões, independentemente da sua origem ser estética ou afectiva. De resto, a própria sabedoria popular reconhece essa distinção através da expressão "gostos não se discutem". Pode-se ter uma opinião sobre determinada relação afectiva, mas não sobre os sentimentos que nela emergem. No mesmo sentido, um comentário em matéria estética, perfeitamente configurável na opinião, já não pertence contudo à própria arte, mas sim, a uma determinada ordem de racionalização valorativa.

Feita esta caracterização da opinião - nos precisos termos em que ela se constitui como objecto da argumentação - importa ainda assim não a confundir com a mera informação, mesmo se a fronteira entre uma e outra, nem sempre surge com muita nitidez. É que a argumentação não visa transmitir e fazer partilhar uma informação, mas sim, uma opinião. A informação é aqui entendida como traduzindo ou apontando para a objectividade, enquanto a opinião se apresenta como um ponto de vista que pressupõe sempre outro possível. Trata-se de uma distinção algo idealizada mas que ainda assim, no que respeita à argumentação, parece manter uma significativa operacionalidade. Assim, de acordo com Breton, quando alguém afirma *está a nevar* fá-lo num contexto de informação, sem qualquer intenção argumentativa. Mas se disser *está a nevar, portanto, vamos ficar no quente*, este enunciado já se apresentará como elemento de uma argumentação. É, aliás, a distinção entre informação e opinião que faz com que o jornalista dê ao mesmo facto um tratamento diferente, conforme o objectivo seja informar o público ou fazer um comentário, emitir uma opinião.

Uma vez situada fora dos conhecimentos científicos, dos sentimentos e das crenças religiosas e não se confundindo também com a mera informação, a opinião permite delimitar o espaço público de discussão que é, por excelência, o nosso quotidiano, onde a argumentação ocupa um lugar central. Um *espaço público laico*, assim o designará Breton, "feito dos mundos de representações que partilhamos com todos os outros seres humanos, das metáforas em que

habitamos e que estruturam a nossa visão das coisas e dos seres. Estes mundos são, no fundo, criados pela argumentação, e é a argumentação que os transforma. Ela constitui a sua dinâmica essencial, a máquina que dá forma à matéria-prima das crenças, das opiniões, dos valores. Neste sentido, a argumentação é essencial para a ligação social. A 'laicidade' do espaço em que evolui e que circunscreve é uma dimensão essencial que lhe permite manter-se à distância de qualquer dogmatismo" 5.

É no seio desta discutibilidade que a retórica se traduz por uma revalorização da subjectividade ou, talvez mais exactamente, das subjectividades. Quando se pensa, por exemplo, na discussão entre dois interlocutores, é possível caracterizar as intervenções de ambos como manifestações de liberdade. Um deles inventando argumentos para sustentar a sua tese ou para rebater a tese adversa, o outro, concedendo ou recusando a sua adesão às teses que lhe são apresentadas. De um lado, a liberdade de invenção, do outro, a liberdade de adesão. Uma simetria de posições onde o fluxo comunicacional resulta da troca e do confronto dos respectivos argumentos. Num e noutro caso, uma procura de consenso com base na plena participação, na expressão e afirmação de uma subjectividade cujos sinais e presença podemos referenciar, segundo Meyer, através "(...) da contingência das opiniões, da livre expressão das crenças e das oposições entre os homens, que procuram sempre afirmar as suas diferenças ou, pelo contrário, superá-las para libertar um consenso" 6. Como diz Paul Ricoeur, a propósito do Direito, existe "(...) um lugar da sociedade – por violenta que esta seja, por origem e por costume – onde a palavra prevalece sobre a violência" 7. Esse lugar é também o da retórica pois o consenso a que esta se dirige é inseparável de uma ideia de justiça. No direito como na retórica, "é no estádio do debate que melhor vemos confrontarem-se e penetrarem-se a argumentação, em que predomina a lógica do provável e a interpretação em que prevalece o poder inovador da imaginação da própria produção dos argumentos" 8.

Mas se a retórica é esse encontro dos homens na livre exposição das suas diferenças, não menos importante é o papel que ela desempenha no reconhecimento e na reconstrução das identidades. As metáforas da distância e da proximidade revelam-se então muito apropriadas para figurar, respectivamente, a razão de ser e o efeito da argumentação, que o mesmo é dizer, o que leva a que se argumente e o que pode resultar do acordo, do consenso. É por isso que Meyer vê a retórica como negociação da distância entre os sujeitos. "Esta negociação acontece pela linguagem (ou, de modo mais genérico, através *da* – ou *de uma* – linguagem), pouco importa se é racional ou emotiva. A distância pode ser reduzida, aumentada ou mantida consoante o caso. Um magistrado que pretenda suscitar a indignação, procurará impedir qualquer aproximação ou identificação entre o réu e os jurados. Em compensação, um advogado que pleiteia a favor de circunstâncias atenuantes, esforçar-se-á por encontrar pontos de contacto e semelhanças entre os jurados e o acusado. O que está em jogo na retórica é a distância, mesmo se o objecto do debate é sempre particularizado por uma *questão*" 9. Por uma questão que, acrescente-se, seja

susceptível de receber mais do que uma solução, pois só quando portadora de diferentes possíveis justifica a convocação da argumentatividade.

É precisamente a partir da actividade de questionação, inerente a todo o processo retórico, que Meyer chega à sua concepção de racionalidade interrogativa, para melhor captar a pluralidade de sentidos da retórica e o contraditório de toda a argumentação. Pelo caminho, desembaraça-se, em primeiro lugar, do proposicionalismo e de um *logos* que raramente é entendido como o que se ocupa do problemático e da problematicidade em geral. Ele é visto antes "como aquilo que reenvia para a ordem das coisas, aquilo que corresponde aos referentes do discurso, aquilo que constitui os factos e as opiniões que debatemos, as teses que são objecto de discussão (...), etc." 10. Para Aristóteles, com efeito, "a interrogação dialéctica, longe de ser um verdadeiro processo de questionamento, é na realidade a colocação à prova de uma tese provável para toda a gente, para a maioria, ou para os sábios" 11. Segundo o velho filósofo não nos interrogamos sobre o problemático: apenas discutimos teses opostas. Uma vez obtida a respectiva adesão, a tese aprovada ou escolhida constituir-se-ia como resposta ou afirmação exclusiva. O termo do processo retórico ficaria a assinalar igualmente o fim de toda a problematicidade ou alternativa. "Parece mesmo que o ideal proposicional se perpetua. Trata-se de chegar, tanto quanto possível, a uma proposição que exclua o seu contrário, esperando que a ciência possa decidir apodicticamente, quer dizer, com toda a precisão. Não é portanto o problemático que é preciso conceptualizar, mas as respostas que não o são e que gostaríamos muito que o fossem. A retórica seria como que um paliativo da lógica, aquilo que, à falta de melhor, utilizamos para responder com probabilidade, quer dizer, como verdade exclusiva, proposicional. É uma solução de expectativa. Mas se pretendermos julgar os problemas da lógica pela medida daquilo que impede de os tratar como problemas, como alternativas, com A *e* não-A como co-presentes, talvez nos arrisquemos a condenar a retórica uma vez mais medindo-a por aquilo que ela não é e em relação ao qual é nitidamente inferior nos seus resultados. O que será mais eficaz para afirmar uma proposição do que a lógica, que conclui com toda a precisão?" 12. De qualquer modo, a proposição não é a unidade e ainda menos a medida do pensamento - lembra Meyer. Se a razão e o discurso sustentam o contraditório da retórica é porque já incorporam o problema ou a questão pois "(...) a retórica não fala de uma tese, de uma resposta-premissa que não responde a nada, mas da problematicidade que afecta a condição humana, tanto nas suas paixões como na sua razão e no seu discurso" 13.

Mas é sobretudo através da crítica que faz à classificação aristotélica dos géneros oratórios, que Meyer parece conferir maior visibilidade à sua teoria da interrogatividade retórica. Recorde-se que Aristóteles procede à classificação dos géneros oratórios segundo o bem que em cada um deles se pretende realizar. Por isso associa o útil ao género deliberativo, o justo ao género judiciário e o belo, elogioso ou honroso, ao género epidíctico. Descobre-se aqui com toda a nitidez uma preferência por um critério ontológico de classificação dos géneros oratórios. Como Meyer

bem salienta, “Aristóteles parte do princípio de que é nas brechas da ontologia que se joga a emergência dos géneros” 14. Temos então uma razão e um discurso pensados a partir da questão do ser, no pressuposto de que dizer é dizer o que é. A retórica trata do que é mas poderia ter sido de outro modo. Sendo assim, o tempo assume uma importância fundamental na criação das próprias alternativas, além de permitir uma caracterização complementar de cada género. O passado define o género judiciário, na medida em que este respeita a factos ou actos que poderiam ter ocorrido de outra maneira. O presente é o tempo do género epidíctico, que se reporta ao que existe (um elogio, uma censura...) mas que poderia ser diferente. Por último, é o futuro que está em causa no género deliberativo, seja através de uma acção política, seja por uma qualquer decisão a tomar

O que Meyer nos vem dizer é que esta classificação de géneros não faz qualquer sentido. Primeiro porque basta que abandonemos a lógica da exigência ontológica para que se diluam as linhas de fronteira entre cada um dos géneros, tanto mais que qualquer deles faz apelo à possibilidade de não-ser, quer pela admissibilidade da negação de qualquer tese ou proposta, quer em função das três modalidades de temporalidade acima referidas. Em segundo lugar, porque os três bens que supostamente os distinguiriam estão sempre mais ou menos presentes em cada género oratório. Já Quintiliano, de resto, chamara a atenção para o modo como os três géneros se apoiam mutuamente: “num elogio não se trata daquilo que é justamente útil? Numa deliberação não tocamos em aspectos da moral? E nos discursos de defesa não existe sempre algo de tudo isto? 15. Mas porque é que o útil, o justo e o honroso se misturam em qualquer relação retórica? Meyer encontra a resposta no modo como os interlocutores - que se apresentam uns aos outros com uma distância variável - procuram negociar esta última, quanto à questão cuja discutibilidade está em jogo. “A justificação é auto-justificação: assenta em valores, mas também sobre a procura de aprovação, o ‘reconhecimento’; e, para obterem isso, os homens procuram agradar e comover. *Pathos*, *logos* e *ethos* coincidem assim, e nem sempre conseguimos deslindá-los com precisão” 16. Deste modo os géneros oratórios diluem-se e chegam até a sobrepor-se, o que nos impede de captar a especificidade do objecto da retórica. É preciso, por isso, encontrar uma outra lógica, que supere a lógica da exigência ontológica e essa é, segundo Meyer, a lógica da interrogatividade, que assenta no reconhecimento da maior ou menor problematicidade da questão levantada. Uma questão que se inscreve, afinal, na afirmação pluralista das subjectividades, como é próprio de uma retórica dos homens e para os homens.

É certo que já Aristóteles reconhecera o papel central da questão no processo retórico, quando, após definir a retórica como a faculdade de considerar em cada caso (ou questão) aquilo que pode ser mais apropriado para persuadir, delimitou igualmente o seu objecto: *são as questões acerca das quais deliberamos*, ou seja, *assuntos que parecem admitir duas possibilidades* 17. Meyer, porém, vai mais longe e não só retoma a questão como objecto ou motivo da argumentação como vê nela as marcas de uma nova racionalidade - a racionalidade

interrogativa - que funda e orienta o próprio argumentar. A retórica traduz-se numa negociação da distância entre os homens, daí que o seu despoletar decorra, invariavelmente, do aparecimento de uma questão para a qual não é possível apresentar apenas uma resposta ou solução. Logo, essa negociação processa-se de acordo com uma lógica própria: “Se existe uma racionalidade retórica, é preciso encará-la como uma lógica da identidade e da diferença, identidade entre eles ou identidade de uma resposta para eles, apesar da diferença entre eles e entre as suas múltiplas opiniões e saberes” 18.

É no seio desse jogo de identidades e diferenças que emergem as questões, podendo a respectiva racionalidade interrogativa ser analisada justamente em função da sua maior ou menor problematicidade. Para Meyer, é a variação dessa problematicidade que irá definir os géneros oratórios, nomeadamente, em função dos meios de resolução disponíveis. Nesse sentido podemos dizer que se observa uma problematicidade crescente à medida que se caminha do género epidíctico para o género judiciário e deste para o deliberativo. No género epidíctico, diz Meyer, a questão não chega a ser verdadeira e radicalmente problemática, pois a resposta está dada, posta à disposição. No género judiciário já existe de facto um problema mas que se encontra fortemente relativizado pelas regras de juízo previamente fornecidas pelo direito. Logo, é no género deliberativo que se observa a maior problematicidade pois ninguém detém, à partida, o *juízo resolutório*, excepto no caso de autoridade natural ou institucional.

Em síntese, poderemos dizer, segundo Meyer, que “(...) dispomos ou não da solução para as questões; e se não se não dispomos dela, podemos encontrá-la através dos meios presentes, inventados ou não de propósito (como o direito ou os regulamentos políticos), ou então é preciso resolvê-la sem ter à mão os critérios para decidir” 19. Em qualquer caso, uma ideia interessa reter: quanto mais uma questão é incerta, menos a solução possível se limita a uma única alternativa, mais vasto é o leque de respostas possíveis, pelo que “não se trata então de aprovar ou desaprovar, de julgar uma questão que conseguimos reduzir a uma alternativa ou outra; agora convém decididamente encontrar *a* resposta mais útil, a mais adequada entre todas as possíveis, e até mesmo criar a alternativa” 20.

É no campo dessa interrogatividade em contínuo que os géneros retóricos poderão ser vistos como correspondendo a três grandes níveis de problematicidade no todo da argumentação. Esses três níveis de problematicidade não se autonomizam necessariamente como poderia sugerir a classificação aristotélica dos géneros, antes se completam, “interpenetram-se sempre mais ou menos, e a singularização de um deles é precisamente apenas um momento, numa estratégia argumentativa que é sempre mais global do que uma radicalização parcial deixa transparacer” 21.

Mas quais são e em que consistem esses três grandes níveis de articulações interrogativas? Para Meyer são a factualização, a qualificação e a legitimação. A factualização que incide sobre o “que”, ou seja, quando está em questão se este ou aquele facto se produziu. Quanto à

qualificação esta actua sobre o "o que", onde já não está em causa se o facto se verificou ou não (por já se encontrar admitido) mas sim a sua caracterização, como por exemplo, quando encontramos uma pessoa inanimada e nos interrogamos se terá sido devido a doença, acidente ou crime. Por último, a legitimação - que pode ser considerada como um meta-nível na medida em que se trata da questão de legitimidade – onde o que está em causa é a "legitimidade daquele que fala, do seu direito a interrogar-nos, das razões que pode ou não invocar, das normas argumentativas que também reconheceremos como válidas entre nós, *de facto* ou de comum acordo expresso" 22. A cada uma destas três grandes articulações interrogativas Meyer associa ainda uma diferente concepção de argumentação. Assim, no primeiro tipo de interrogação teremos a argumentação como dialéctica, em que se procura saber se uma proposição é verdadeira ou se um facto ou acontecimento se produziu ou não. No segundo tipo de interrogação surge a argumentação como "retórica do sentido, das figuras, da interpretação do sentido e já não do debate contraditório" 23. O terceiro tipo de interrogação é aquele em que o objecto do debate já não é o sentido mas sim a identidade e a diferença entre os seres que, ao comunicarem o que os identifica, deixam também mais nítido tudo o que os separa.

Nestes termos, a concepção interrogativa não só pode aspirar à elaboração de uma teoria completa da argumentação como "permite compreender uma oposição entre dois usos da retórica: aquele que visa manipular os espíritos e aquele que, pelo contrário, torna públicos os procedimentos da primeira, e de um modo mais geral todos os mecanismos da inferência não-lógica" 24. Por isso a retomaremos no próximo capítulo a propósito do possível uso da retórica como instrumento de manipulação ou engano. Por agora, detenhamo-nos um pouco mais sobre o *bom uso* da retórica, ou seja, aquele que permite aos homens exercer em plena consciência o seu sentido crítico e o seu juízo. Uma retórica que promove "(...) o encontro dos homens e da linguagem na exposição das suas diferenças e das suas identidades. Eles afirmam-se aí para se encontrarem, para se repelirem, para encontrarem um momento de comunhão ou, pelo contrário, para evocarem essa impossibilidade e verificarem o muro que os separa" 25. É que, como sublinha Meyer, se há uma constante na relação retórica ela é, desde sempre, a das relações entre os sujeitos, o que, pressupondo a existência de um locutor e um interlocutor (ou auditório), prefigura uma dinâmica argumentativa cuja especificidade mais notória será o papel que nela desempenham as *subjectividades*. E uma vez afastada a tentação dogmática, a crença numa hipotética verdade absoluta, é a relatividade que se assume como condição e possibilidade da própria argumentação. De facto, como lembra Oswaldo Porchat Pereira, 26 a força de um argumento é sempre relativa. É relativa, em primeiro lugar, à maior ou menor competência de quem o utiliza. É relativa também aos interlocutores concretos que se visa persuadir. É ainda relativa às circunstâncias particulares em que o argumento tem lugar. Mas, além disso, a argumentação, no seu todo, é sempre relativa a uma visão do mundo mais ou menos comum aos interlocutores, onde se pode encontrar as premissas consensuais, a partir das quais se estrutura a

própria discutibilidade. “Exorcizado o fantasma da verdade, valorizam-se o diálogo e o consenso intersubjectivo, mesmo se apenas prático, temporário, relativo. E a argumentação, por eles trabalhando, integra os discursos da subjectividade na trama da racionalidade intersubjectiva” 27.

A retórica aparece-nos então como lugar de encontro do e*u* com o *outro*, onde os sujeitos se constituem reciprocamente, no quadro de uma “intersubjectividade na qual um Eu pode identificar-se com outro Eu, sem abandonar a não identidade entre ele e o seu outro” 28. Argumenta-se a favor ou contra uma tese, uma proposta. Mas em qualquer caso, cada participante é chamado a fazer uma escolha, a decidir sobre uma preferência, com base no critério da razoabilidade. O consenso que daí resulte, pode então ser visto como ascensão ao mundo da intersubjectividade, um mundo em que, segundo Sartre “o homem decide sobre o que ele é e o que são os outros” 29.

A subjectividade a que apela a retórica não é pois a subjectividade de uma consciência individual que se debruça sobre si própria nem a de um *eu* “ontológico” pre-existente a toda a relação. Pelo contrário é na relação interaccional com o *outro* que ela se determina. Na medida em que a auto-consciência é sempre a “consciência de algo” o *eu* só é pensável na co-presença de um *tu*. Logo, dizer *tu* é estabelecermos uma ponte de nós para os outros. “Não é que apenas o ‘outro’ se implicite no mais rudimentar da nossa vida quotidiana, não é que apenas o exijamos nas mais elementares necessidades do dia a dia. Mas como conceber até um ‘eu’ se o não concebêssemos inexoravelmente num ‘tu’? Como imaginar a nossa individualização sem um ‘tu’ que a determine?” 30.

Retórica dos sujeitos, sim, porque “cada vez que se destrói a ideia de sujeito, cai-se na oposição duplamente artificial entre a racionalidade instrumental pura e as multidões irracionais” 31. Mas uma retórica de sujeitos *sociais* em que o sujeito não se dissolve na sua individualidade nem se anula numa obediência cega a qualquer ordem colectiva. Uma retórica, enfim, onde o exercício da liberdade pessoal se entrelaça com o reconhecimento da pertença colectiva. E é neste sentido que a retórica contemporânea se mostra apta a promover a revalorização da subjectividade.

1.2. Liberdade ou manipulação?

Ponto prévio: reflectir sobre o uso da retórica é sempre ir além da própria retórica. Com efeito, uma coisa é pensar a retórica como técnica argumentativa que visa persuadir uma ou mais pessoas, ou, como diz Breton, enquanto “meio poderoso de fazer partilhar por outrem uma opinião” 32. Outra, bem diferente, é saber se ela se presta ou não a usos indevidos que cerceiem a liberdade de pensamento e de escolha dos auditórios a que se apresenta. A retórica, vimo-lo já, é lugar e encontro de subjectividades, manifestação de uma racionalidade humana que não cabe nos estreitos limites da razão científica, mas é também e acima de tudo, um instrumento de persuasão. Não é pois negligenciável a hipótese de poder ser utilizada para enganar os outros segundo as conveniências ou interesses de cada um. Pode, inclusivamente, degenerar num modo

mais ou menos insidioso de “tomar o poder, de dominar o outro, pelo discurso” [33]. É isso que Platão denuncia quando (embora, a nosso ver, tomando a parte pelo todo) considera que a retórica, por ele identificada à adulação, “não tem o mínimo interesse em procurar o que seja o melhor, mas, sempre por intermédio do prazer, persegue e ludibria os insensatos, que convence do seu altíssimo valor” [34].

Significará isto que devemos considerar a retórica especialmente vulnerável à manipulação? Poderemos condená-la à partida por constituir um meio privilegiado de induzir ao engano? Parece que a resposta a tais questões só pode ser negativa. Em primeiro lugar, porque, como já vimos, o próprio Aristóteles viria a relativizar as graves acusações de Platão, transferindo-as da técnica retórica para a responsabilidade moral dos seus agentes. É o que faz quando, ao nível dos respectivos usos possíveis, compara a retórica a todos os outros bens, à excepção da virtude, especialmente com os mais úteis tais como o vigor, a saúde, a riqueza ou a capacidade militar: “com eles tanto poderiam obter-se os maiores benefícios, se usados com justiça como os maiores custos, se injustamente utilizados” [35]. Depois, porque não podendo ficar imune a uma dada instrumentalização abusiva, a retórica contém no entanto em si própria o melhor antídoto para descobrir e desmascarar quem indevidamente dela se sirva. Ou seja, uma retórica só pode ser desacreditada por outra retórica. Talvez por isso a generalidade dos autores se venha referindo não apenas à sua face *positiva*, enquanto geradora de consensos que aproximam os homens e reforçam o pluralismo democrático mas também a uma importante acção *negativa* que se traduz na sua aptidão específica para desmontar argumentações de valor meramente aparente, duvidoso ou até propositadamente manipulado. Para Rui Grácio, por exemplo, os eventuais abusos de retórica são muito mais relativos à avaliação do humano do que à retórica, pois é justamente a competência retórico-argumentativa que deles nos pode prevenir [36]. No mesmo sentido, se pronuncia Perelman quando, para sublinhar a dimensão crítica da retórica, afirma que “através do estudo dos procedimentos argumentativos, retóricos e dialécticos, é-nos possível aprender a distinguir os raciocínios aceitáveis dos raciocínios sofistas, os que procuram persuadir e convencer, dos que procuram enganar e induzir em erro” [37]. Colocada assim a tónica na competência argumentativa como possibilidade de desmascarar a chamada *retórica negra* (sofística), impõe-se então retomar aqui a concepção interrogativa de Meyer, na medida em que, como já salientamos, ela pode proporcionar-nos um critério de distinção entre o *uso* e o *abuso* da retórica [38].

Tomando por base as críticas que Platão fazia aos poetas e sofistas do seu tempo [39], por se empenharem em fazer passar como verdadeiros discursos desprovidos de qualquer verdade ou até verosimelhança, que apresentavam como solução aquilo que permanecia um problema, Meyer identifica tais práticas com uma ostensiva redução ou mesmo anulação de toda a interrogatividade discursiva. A origem da manipulação retórica consistirá por isso, basicamente, numa deliberada confusão entre a resposta e a questão, com o fim de fazer tomar por

concludente e razoável o que, na realidade, permanece problemático. O grande alcance desta intuição de Meyer é o de nos fornecer um critério relativamente expedito de distinguir os usos da retórica. Recordemos que à luz da teoria da interrogatividade, qualquer proposta ou tese em discussão se mantém mais ou menos incerta, pois é precisamente essa sua incerteza que justifica a necessidade de discussão. Aliás, nem mesmo depois de obtido o assentimento do auditório, essa maior ou menor incerteza desaparecerá totalmente, na medida em que qualquer escolha é sempre uma escolha provisória e o consenso que a torna possível, ao invés de lhe conferir uma evidência indiscutível ou certeza absoluta (que não possuía até aí), traduz antes o reconhecimento de uma problematicidade que nenhuma resposta esgotará, pois esta, obrigatoriamente situada no campo do preferível, sempre fica sujeita a um novo questionar e a sucessivos desenvolvimentos. É pois no seio desta questionação ou interrogatividade em contínuo de todo o discurso retórico que se pode descortinar de que lado está o orador: do lado da *retórica negra*, manipuladora, ou do lado da *retórica branca*, de uso crítico. Meyer fornece-nos o método: "Para se compreender a essência do pensamento, importa portanto restabelecer sempre a diferença pergunta-resposta, aquilo a que eu chamei a diferença problematológica. Tendo em conta esta diferença, podemos então distinguir dois tipos de uso retórico: aquele que é crítico e lúcido sobre os procedimentos de discurso, e aquele que visa ofuscar o interlocutor, ou em todo o caso adormecê-lo" 40. Teremos assim uma retórica branca que, não suprimindo a interrogatividade nas suas respostas nem escondendo a raiz problemática destas últimas, é, por um lado, lugar de discutibilidade e afirmação do sentido crítico dos que nela participam e, por outro, um modelo aferidor dos usos retóricos abusivos. Uma *retórica branca* que inclui o estudo da retórica e do seu uso, já que na "(...) negociação da distância entre os questionadores, analisa-se a relação questão-resposta porque surge colocada em prática, mesmo implicitamente. Mas a retórica branca debruça-se também sobre a maneira como esta interrogatividade está implicada no responder que se ignora mais ou menos como tal, que é mais ou menos manipulador e ideológico, e que recalca a interrogação para 'passar' junto daquele a quem se dirige (...)" 41.

A interrogatividade de que nos fala Meyer é a que se expressa no confronto de teses opostas submetidas a um regime dialógico de explicitação que visa gerar o consenso sobre a escolha preferível. Logo, a questão de saber se a argumentação em causa se dirige para a verdade ou para o engano, remete-nos, antes de tudo, para a necessidade de detectar quais são as verdadeiras intenções que animam os participantes. É essa necessidade que leva Perelman a ver na distinção aristotélica das argumentações *erísticas*, *críticas* e *dialécticas*, três tipos de critérios que nos podem ajudar a avaliar os debates e as conclusões que deles resultaram. Trata-se de uma distinção que tem por base as diferentes atitudes ou motivos que animam os interlocutores. Assim, em primeiro lugar, poderemos considerar o chamado *diálogo erístico*, que é aquele em que a única intenção é o desejo de vencer, de vergar o adversário ao peso do ponto de vista pessoal do orador. Um segundo tipo de diálogo é o *diálogo crítico*, aquele em que se visa

submeter uma tese a um autêntico teste, tentando mostrar a sua incompatibilidade com as outras teses já anteriormente aceites pela mesma pessoa. Por último, temos o *diálogo dialéctico* quando os interlocutores, para além da coerência interna dos discursos, procuram também chegar a um consenso sobre as opiniões que reconhecem como mais sólidas ou preferíveis.

Perelman tem, porém, o cuidado de nos chamar a atenção para o facto desta distinção se situar sempre a um nível de pura idealidade 42, já que, na prática, frequentemente estes três tipos de intenção surgem misturados, embora com intensidades variáveis. Com efeito, nos debates reais, é certo que os interlocutores procuram fazer triunfar as suas teses mas, na maioria das vezes, estarão convencidos de que, não só não são incompatíveis como se apresentam dotadas da pretendida razoabilidade. De qualquer modo, pese embora as naturais dificuldades da sua aplicação, os três tipos de diálogo acima referidos configuram uma importante grelha de análise e compreensão do acto retórico que só pode favorecer a detecção de eventuais usos abusivos da argumentação.

Do que fica dito pode depreender-se que resulta muito difícil, se não mesmo impossível, distinguir entre a *boa* e a *má* argumentação, com base num único critério, ou segundo regras fixas e pré-definidas. Desde logo porque uma tal distinção implica uma prévia escolha do plano em que a mesma deverá ter lugar. O que será uma *boa* argumentação? A mais eficaz ou a mais honesta? O desejável seria certamente que as duas coincidissem, mas como se sabe, nem sempre tal acontece, quer por incompetência argumentativa, quer por manipulação voluntária ou exigências próprias de certas situações-limite 43. Sobre a argumentação eficaz já vimos que ela se define pela adesão que obtém do auditório a que se dirige. Mas como caracterizar uma argumentação honesta?

Reconheçamos antes de mais que, como sustenta Olivier Reboul, “se um argumentação é mais ou menos desonesta, não é porque seja mais ou menos retórica. Caso contrário Platão, cujos textos são infinitamente mais retóricos, pelo conteúdo oratório, que os de Aristóteles, seria menos honesto que este!” 44. O facto da retórica se situar no mundo do razoável, do preferível, não significa qualquer desprezo pela verdade, pelo contrário, por ela se orienta e para ela caminha, no seio de uma discutibilidade onde “são elaboradas, precisadas e purificadas as verdades, que constituem apenas as nossas opiniões mais seguras e provadas” 45. A eventual desonestidade da retórica terá, pois, de ser imputada apenas aos seus agentes. Defender o contrário, seria o equivalente a pretender que todo o objecto cortante é um instrumento de agressão. Uma falácia, portanto.

Poderíamos também ceder à tentação de classificar uma argumentação em função da causa por ela defendida. Nesse caso, a argumentação honesta seria a que sustentasse uma “boa” causa, o que imediatamente pressupõe que o valor da causa possa ser conhecido antes mesmo da argumentação que visa precisamente estabelecer tal valor. Como diz Reboul, isso seria o mesmo que “julgar antes do processo, eleger antes da campanha eleitoral, saber antes de

aprender. Não existe dogmatismo pior” 46.

É por isso que este mesmo autor, considerando que a característica da *boa* argumentação não é suprimir o aspecto retórico - pois em nenhum caso uma argumentação inexpressiva se torna, só por isso, obrigatoriamente mais honesta - adianta dois critérios gerais a que se deve submeter a *boa* retórica:

1º. Critério da transparência: que o ouvinte fique consciente, ao máximo, dos meios pelos quais a crença está a ser modificada.

2º. Critério de reciprocidade: que a relação entre o orador e o auditório não seja assimétrica, para que fique assegurado o direito de resposta.

Respeitados tais critérios, Reboul considera que a argumentação não se torna por isso menos retórica, e sim mais honesta. Mas parece evidente que, sem pôr em causa a eficácia destes dois critérios, o facto deles conterem os conceitos indeterminados *que o ouvinte fique consciente ao máximo* e *não seja assimétrica* sempre introduz uma significativa ambiguidade no momento da sua concretização. Por outro lado, pode acontecer também que a incompetência argumentativa do auditório, crie a ilusão de uma relação retórica desigual e leve a que se veja manipulação no orador quando, na realidade, essa desigualdade se fica a dever à insuficiente capacidade crítica revelada por aqueles a quem se dirige.

Até aqui, no entanto, temos vindo a encarar a possibilidade da retórica degenerar em manipulação, unicamente segundo a óptica do agente manipulador, ou seja, daquele que joga com as palavras para intentar uma adesão acrítica às suas propostas. Mas a verdade é que numa situação de manipulação para além do manipulador existe sempre o manipulado. Poderemos isentar este último da sua quota de responsabilidade na manipulação de que é alvo? Não haverá sempre a possibilidade de se descobrir e desmontar a manipulação em causa? Ou será que o encanto de um certo modo de dizer as coisas, de oferecer as respostas como únicas e aparentemente irrebatíveis, é algo de tão subtil ou sedutor que justifica o anestesiamento e aceitação passiva por parte de um auditório?

Tentar responder a estas questões significa antes de mais deslocar a raiz problemática do *ethos*, vontade de seduzir ou manipular, para o *pathos*, ou seja, para a aceitação mais ou menos consciente da respectiva manipulação. A pertinência deste deslocar do problema, do orador para o auditório, está bem presente em Meyer, quando, depois de lembrar uma vez mais que a diferença entre a *retórica negra* e a *retórica branca* reside numa diferença de atitude, nos vem dizer que a verdadeira questão é a de saber porque é que os homens se deixam manipular, às vezes de forma perfeitamente deliberada e consentida:

> (...) A mulher sabe que tal homem procura seduzi-la e que o que ele diz remete para um desejo que seria brutal e inaceitável exprimir francamente. O espectador sabe igualmente que este ou aquele produto não tem forçosamente as qualidades celebradas na publicidade e que é apenas a vontade de vender que se exprime (...). Tratando-se de discurso figurado, não deveria existir um espaço de liberdade na

interpretação e aceitação, espaço que se cria e permite aos receptores pronunciar-se sobre o que é proposto sem ter de dizer brutalmente que não? Não existirá na sedução, qualquer que ela seja, uma etapa suplementar que, retardando a resposta final, retarda a recusa eventual, e portanto a rejeição de outrem *enquanto tal*? Não existe como que uma espécie de delicadeza de alma na figuratividade, um respeito que permite evitar sem combater, recusar sem negar? Tudo leva a crer que a manipulação consentida assenta numa dupla linguagem que não engana, e mesmo de que se tem necessidade para diferir a decisão própria sem ter de enfrentar directamente o outro. Um grau mais de liberdade, se se quiser, na qual só os ingénuos verão uma traição à verdade una e indivisível, de que os receptores da mensagem seriam vítimas involuntárias [47].

É que além do mais, enquanto discurso persuasivo, a retórica faz apelo a uma linguagem natural que é inseparável do concreto contexto cultural que lhe precisa as significações e determina os seus modos de expressão. Logo, ao veicular desse modo um conhecimento implícito que remete para um determinado campo de valores e noções, a linguagem natural é ela mesma portadora de condições de compreensão e comunicação, que tornam acessível ao auditório uma adequada interpretação do discurso, nomeadamente, as eventuais *segundas intenções* do orador. É certamente isto que leva Rui Grácio a considerar que "o homem que fala não é uma presa indefesa contra a instrumentalização de que se tornaria alvo por via de eloquências bastardas e de seduções linguísticas duvidosas, que Platão tanto temia" [48]. Do que ele não pode demitir-se é da responsabilidade de decifrar as intenções de quem lhe fala, com base nas inferências que tem o direito de fazer a partir do que lhe é literalmente dito.

De resto, em certa medida, essa tarefa aparece facilitada na retórica, pois dado que todas as propostas ou teses são submetidas ao teste da discutibilidade, sempre se poderá dizer, como o faz M. Maneli, que "os argumentos podem ser rejeitados pelos auditórios por várias razões, mas mentiras, usadas numa troca livre de argumentos, podem ser trazidas à luz mais depressa do que de qualquer outra maneira. Não há garantias contra a falácia, mas a falácia é mais difícil de realizar e de manter indetectada quando o interlocutor é livre para pensar, para falar, para recolher material, para investigar o caso, quando ele é livre e está preparado para tomar parte no processo da argumentação" [49].

Convenhamos que não é a retórica que manipula, mas sim, o manipulador. E que se este se apodera do discurso e do debate para enganar ou prejudicar o seu interlocutor, então é porque, certamente, já era um manipulador antes de recorrer à retórica. A retórica não contamina ninguém. Nenhum homem é um, fora da retórica, e outro, quando recorre a ela. A atitude moral é uma das atitudes mais estáveis no sujeito humano. Nem surge de repente, como que por *insight*, nem se dá bem com sucessivas oscilações. Constrói-se paulatina e duradouramente na convivência social, no reconhecimento do outro e ao situar-se na esfera do íntimo, constitui porventura o principal traço da nossa identidade. É neste quadro de permanência da atitude moral que poderemos buscar o suporte e a ligação possível entre os actos e a pessoa que os pratica. E é também através dele que se pode inferir que, por regra, só manipula pela retórica, quem já é

capaz de o fazer por qualquer outro meio. Culpar então a retórica, por induzir ao engano, parece tão absurdo como inscrever a origem da mentira na linguagem, só porque esta a veicula. No limite, mesmo considerando os mais grosseiros abusos de retórica, em que o orador recorre a um discurso emocionante, pleno de figuratividade estilística, de inebriantes sonoridades ou ritmos quase hipnóticos, ainda aí, haveria que interrogar se nos tempos que correm, as pessoas não estarão já suficientemente informadas e até "vacinadas" contra tais métodos de persuasão, nomeadamente, pela sua contínua exposição a um mercado onde imperam as técnicas de venda agressivas que chegam a coagir pela palavra, aos discursos demagógicos de políticos dirigidos mais para os votos do que para os eleitores e a uma publicidade que nem sempre olha a meios para invadir a privacidade e seduzir ao consumo o mais pacato e indefeso cidadão. Até que ponto, não existe mesmo, hoje em dia, um *preconceito* contra a retórica, frequentemente associada aos "bem falantes"? Não existirá na generalidade das pessoas uma ideia prévia de que quem se nos apresenta a *falar muito bem* é porque de maneira mais ou menos encoberta ou ilusionária nos pretende forçar a alguma coisa, a uma acção ou atitude potencialmente nefastas para nós e que portanto nos deve imediatamente remeter para uma redobrada atenção e cautela? Se assim for, não será caso para dizer que uma tal tendência se constitui como aviso automático ao candidato a *manipulado*, que desse modo tem o ensejo de mobilizar toda a sua força de decisão e capacidade crítica para recusa da respectiva proposta retórica, podendo até nem chegar a prestar-lhe a devida atenção? Haverá travão mais eficiente aos eventuais exageros ou abusos de um orador sem escrúpulos?

Dir-se-á que neste endossar ao manipulado de uma parte importante da responsabilidade pela manipulação, há o idealismo de quem pressupõe um justo equilíbrio inter-partes (orador-auditório), uma simetria de posições, de poderes, de saberes, de estatutos, numa palavra, uma igualdade à partida entre os que recorrem à palavra para enganar ou seduzir e os que são alvo de um tal abuso, equilíbrio e simetria que, em bom rigor, não se observa nunca numa situação retórica concreta. Mas, de facto, não é disso que se trata. Do que se trata é de não transferir para a retórica os nocivos efeitos das desigualdades psicológicas, culturais, sociais, éticas e políticas, que caracterizam o encontro dos homens nas múltiplas situações de vida comum. Quem pretende fazer vencer as suas teses, por certo que ficará melhor colocado para o conseguir, se detiver mais saber acumulado e mais poder do que aqueles que visa persuadir. Um professor de filosofia, por exemplo, terá normalmente uma relação mais próxima com a linguagem e com o raciocínio verbal do que um operário que desempenha diariamente uma actividade mais ou menos mecânica, que apela, basicamente, para a sua habilidade manual. O detentor de um alto cargo público pode usar a sua autoridade institucional e o inerente poder político para fazer passar propostas ou teses que não resistiriam a um auditório política e institucionalmente menos dependente. Nos dois casos, porém, estão presentes factores de influência manifestamente extra-retóricos, porque a retórica, como já vimos, não pode dispensar a discutibilidade e o livre exercício

de um juízo crítico que permita ao ouvinte não apenas dizer que sim ao que lhe é proposto, mas, fundamentalmente, compreender a justificação das razões que fundam a tese sobre a qual lhe compete opinar ou escolher. É por isso que, à adesão, enquanto critério de eficácia, é necessário juntar a *compreensão* e a *liberdade*, como pressupostos de legitimação da própria retórica, sem os quais, toda a persuasão resultará em manipulação ou ilusão de verdade. Um auditório que não compreenda o sentido e o alcance das propostas em discussão e até mesmo da sua escolha, pode manifestar a sua adesão, mas não sabe ao que está a aderir. Um auditório que, além disso, não disponha de inteira liberdade de apreciação e decisão, aceita as propostas do orador mais pelo receio das consequências que adviriam da sua eventual recusa, do que pela força dos argumentos que lhe são apresentados. Em ambos os casos, porém, estaremos já fora da retórica propriamente dita, pois esta, lembremos uma vez mais, remete para uma discutibilidade que no primeiro caso se torna impossível, pela ignorância do auditório e, no segundo, não passa de mero simulacro devido à situação de poder (e abuso?) do orador. Só a reciprocidade entre orador e auditório assegura o exercício retórico-argumentativo. Só um auditório suficientemente qualificado para debater as propostas que lhe são dirigidas poderá garantir as escolhas mais adequadas num dado contexto sócio-histórico

A retórica pressupõe, por isso, a *competência argumentativa* dos seus agentes, pois, como diz Aristóteles, "é preciso que se seja capaz de convencer do contrário, não para que possamos fazer indistintamente ambas as coisas (pois não se deve convencer do mal), mas para que não nos iludam e se alguém fizer um uso injusto de argumentos, sejamos capazes de refutá-los" 50. Talvez que esta recomendação de Aristóteles tenha vindo a ser sistematicamente interpretada como dizendo respeito essencialmente ao orador, mas o facto é que a discutibilidade da retórica remete desde logo para o confronto de opiniões, para o debate, para a alternância no uso da palavra, pelo que, sem dúvida, aplica-se igualmente ao auditório. Em que consiste, porém, essa capacidade de *convencer do contrário*? Perelman deixa muito claro que "a competência argumentativa não diz, apenas, respeito à arte de falar eloquentemente, mas a uma eloquência indissociável do raciocínio e do discernimento pensante" 51. Não basta por isso falar fluentemente, colocar bem as palavras, fazer um discurso que emocione e *cative* o auditório. Mais do que construir frases de grande efeito, mais do que dominar as técnicas do dizer, é preciso saber pensar, articular as razões ou os argumentos, perceber as eventuais objecções, decidir sobre a sua pertinência, acolhê-las ou rejeitá-las, segundo se mostrem ou não passíveis de enriquecerem as respectivas propostas. E acima de tudo, é necessário ter sempre presente que o falar só faz sentido se for a expressão de um raciocinar. É esta competência argumentativa que se assume como requisito da retórica a um tempo eficaz, racional e livre. E só nestes termos se pode falar, como o faz Rui Grácio, de uma ética da discussão, "fundada no princípio da tolerância, no pluralismo e na rejeição da violência" 52

Como já se viu, pode acontecer que a retórica conduza à manipulação, mas o mesmo se

dirá da discursividade em geral, pois como tão incisivamente sustenta Meyer, “censurar o discurso por ser manipulador reduz-se na realidade a censurar o discurso por ser. Porque está na natureza da discursividade apresentar-se desde logo como um responder, como resposta, tal como está nas mãos dos homens decidir encarar ou não esse facto, aceitá-lo ou não, jogar ou não o jogo, procurar os problemas subjacentes, enfim, pronunciar-se livremente ou fiar-se no que os outros lhe propõem, muitas vezes em função de interesses próprios” 53. A situação retórica será pois apenas mais uma entre tantas outras situações de vida em que os homens surgem no confronto de ideias, crenças, valores, opiniões e interesses, à procura daquilo a que Norbert Elias chama de “um certo equilíbrio entre conflito e colaboração” 54 nas relações que mantêm entre si. E como este mesmo autor acentua, não se pode imaginar estas relações “como algo de semelhante a uma relação entre bolas de bilhar: batem umas nas outras e depois distanciam-se novamente umas das outras. Exercem, assim se diz, um efeito recíproco entre si” 55. Os fenómenos de interdependências que se observam no encontro de pessoas, são algo completamente distinto desse tipo de “acção recíproca” das substâncias, pois não se resumem nunca a uma convergência ou divergência, meramente aditivas. Para ilustrar a distinção, Norbert Elias recorre a uma figura relativamente simples de relações humanas, a conversação, descrevendo o processo que, regra geral, a caracteriza: “um parceiro fala; o outro replica. O primeiro responde; o outro replica novamente. Se observarmos não só o enunciado isolado como também a réplica ao mesmo, mas todo o diálogo no seu curso como um todo, a sequência dos pensamentos entrançados, a forma como mutuamente se movem numa interdependência constante, deparamos com um fenómeno que não pode ser dominado de maneira satisfatória, nem pelo modelo físico de uma acção recíproca das esferas, nem mesmo pelo fisiológico da relação entre o impulso e a reacção. Os pensamentos tanto dum falante como do outro podem mudar no decurso da conversa” 56. Ora a retórica contém em si a chave compreensiva desse fenómeno de inter-influências em que, basicamente, se funda toda a conversação, no decurso da qual, em cada um dos participantes, se formam pensamentos que neles não existiam antes ou se desenvolvem outros que já existiam, mas numa formulação diferente. A formação e o desenvolvimento de tais pensamentos, lembra Norbert Elias, “não se explica contudo apenas através da estrutura de um parceiro ou de outro mas pela relação entre este e aquele” 57. Relação essa, frisemos, de que é indissociável o elemento persuasivo, como factor determinante para a adesão total ou parcial ao pensamento do outro. É desse modo que os homens, interagindo uns com os outros, redefinem mutuamente o seu espaço de convivência e tecem os consensos que lhes proporcionam a estabilidade necessária a uma vida em comum.

Desfeita a esperança de que a razão, a experiência ou a revelação, permitam chegar à resolução de todos os problemas, os homens são chamados a deliberar sobre os valores e as normas de sua própria criação, pelo recurso a uma discussão que não garante a verdade nem tão pouco a justiça ideal, mas que radica na mais característica dignidade a que podem aspirar: o

respeito pelo outro, o sentido da responsabilidade, o exercício da sua liberdade. “Quando não há nem possibilidade de escolha nem alternativa, não exercemos a nossa liberdade”, diz Perelman 58. Mas a escolha a que aqui se alude, não é uma escolha arbitrária, leviana ou comodista. É sempre a que se julgue corresponder à melhor escolha, a preferível entre todas as possíveis. É alem disso, uma escolha que permanecerá sempre discutível, apesar de se considerar a mais eficaz face às determinações concretas em que ocorre e tendo em consideração o específico problema que urge resolver. É que o critério de eficácia, a que se subordina a retórica, não permite, obviamente, distinguir entre a argumentação de um charlatão e a de um orador que apela à compreensão e sentido crítico do auditório, desde logo, porque o verdadeiro charlatão é aquele que se faz passar por não o ser. Daí a responsabilidade que de uma qualquer escolha sempre deriva quer para quem a propõe, quer para quem a aceita. Podemos então retomar, agora de um novo ângulo, a questão da co-responsabilidade do manipulador e do manipulado, num eventual uso indevido da retórica.

Defendemos já a ideia de que, face à actual compreensão do fenómeno retórico, não se deve isentar o manipulado da quota de responsabilidade que lhe cabe pela manipulação de que é alvo. É essa mesma ideia que aqui se pretende reafirmar, à luz do binómio responsabilidade-liberdade que preside a toda a escolha num contexto retórico. Com efeito, parece que endossar todas as culpas ao manipulador seria o mesmo que fazer do manipulado um mero autómato, um ser sem discernimento, sem capacidade de reacção, numa palavra, um não-humano. Uma tal posição, porém, não só se mostra moralmente condenável como estaria igualmente contra o espírito que enforma todo o movimento da nova retórica, que recordemos, desde o início se afirma como uma retórica, antes de mais, verdadeiramente humanista. De resto, nunca a ausência de manipulação garante o bem fundado das escolhas consensuais. Para que uma questão retórica receba a melhor solução possível, exige-se sempre algo mais do que um orador técnica e eticamente irrepreensível, não sendo mesmo descabido afirmar que a qualidade da própria retórica depende mais da capacidade crítica dos auditórios do que da eloquência dos respectivos oradores. No mesmo sentido, aliás, se pronuncia Perelman, nesta passagem do seu livro *Retóricas*: “Qual será então a garantia de nossos raciocínios? Será o discernimento dos ouvintes aos quais se dirige a argumentação” 59. O autor explica porquê: “toda a eficácia da argumentação é relativa a um certo auditório. E a argumentação que é eficaz para um auditório de gente incompetente e ignorante não tem a mesma validade que a argumentação que é eficaz para um auditório competente. Daí resulta que derivo a validade da argumentação e a força dos argumentos da qualidade dos auditórios para os quais tais argumentos são eficazes” 60. Parece, por isso, que não se justifica cometer ao orador uma especial posição de vantagem ou sobrepoder perante aqueles a quem se dirige, pelo menos, na perspectiva de que daí decorra, inevitavelmente, que o auditório fica automaticamente privado de controlar a situação retórica. Pelo contrário, é razoável supor que, devido ao princípio da inércia de que nos fala Perelman, os

ouvintes tendam para apreciar e reagir da mesma forma que anteriormente, em situações análogas, se daí não resultarem consequências visivelmente funestas. Logo, em princípio, o ónus da mudança nos costumes e na forma habitual de um auditório apreciar e decidir sobre determinado tema, forçoso é concluir, recai, invariavelmente, sobre o orador. E este, por mais que domine as técnicas retóricas, por muito eloquente ou sedutor que se mostre, nunca tem antecipadamente garantida a adesão às suas teses. E porquê? Porque numa relação retórica é aquele que toma a palavra que se sujeita a exame e quem aprova ou reprova, quem se constitui como júri de avaliação do seu desempenho são os que o escutam, é o auditório. É sempre este que detém a ultima palavra, o poder de decisão. Decisão sobre a bondade da tese que lhe é apresentada e, correlativamente, sobre a pertinência e adequação das razões invocadas pelo orador e até, sobre a postura assumida por este último no decorrer da sua argumentação.

Algo de parecido se passa na política. Os políticos falam, discutem entre si, apresentam os seus projectos, proclamam o seu sentido de justiça, a sua competência, mas é o chamado *país real* que, em última instância, decide sobre o valor das suas propostas e candidaturas. Tomemos como exemplo, os debates que as estações de televisão habitualmente promovem em tempo de campanha eleitoral, onde os representantes das diversas forças políticas se mostram especialmente pródigos nas chamadas *promessas*. Precisamente por se tratar de promessas, ou seja, do mero anúncio das acções a desenvolver, a preocupação de cada representante político é a de criar o maior efeito de presença possível, a fim de que aos espectadores não passe despercebida a importância e o valor com que as rotulam. Sem dúvida que a criação desse efeito de presença, é um recurso retórico, como o são muitas outras técnicas argumentativas utilizadas pelos participantes em tais debates que, desse modo, poderão ser designados como debates retóricos. Só que não basta dotar o discurso de forma ou estrutura retórica, para que a retórica se realize. Mais do que os estilos de linguagem ou técnicas de dizer a que se recorra é preciso que os argumentos se esgrimam ao nível das próprias razões *substantivas*, que os participantes se subordinem a um confronto pluralista de ideias, teses ou propostas, que se empenhem honestamente na procura consensual da solução preferível ao invés de, como tantas vezes sucede, se predisporem, desde o início do debate, a fazer vencer a sua posição contra tudo e contra todos. Numa palavra, é necessário que os intervenientes, sem quebra da convicção com que defendem as suas propostas, revelem abertura às eventuais críticas ou objecções que lhes sejam dirigidas e que podem, eventualmente, enriquecer as soluções por si apresentadas. Ora como sabemos, nada disso se passa em tais debates, pois neles cada representante político costuma bater-se até à exaustão pelas soluções que o seu partido propõe, mas por regra, ignora ostensivamente as propostas dos restantes partidos, tal como se elas não pudessem conter um único aspecto ou uma única medida aceitáveis. Logo, estamos aqui em sede da já referida retórica negra, mais ou menos manipuladora. O mesmo se diga quanto ao tipo de relacionamento oposição-governo que se instala após as eleições, em que o confronto surge normalmente viciado

pelos interesses de cada facção: a oposição denunciando as promessas que o governo ainda não cumpriu e o governo acentuando as promessas que já concretizou. Do ponto de vista da retórica, nenhum destes dois comportamentos é exemplar, pois ambos ficam muito aquém do que seria necessário para o cabal esclarecimento dos respectivos eleitores. Mas ainda assim, será possível afastar destes a responsabilidade pela escolha que fizeram livremente através do seu voto? Não detêm eles também a última palavra na eleição dos governantes? Eis aqui a analogia que se pode fazer entre a política e a retórica. Os eleitores, na primeira e o auditório na segunda, não se podem alhear das obrigações que lhe são próprias: escutar a palavra que lhes é dirigida, descobrir as razões expressas mas também as implícitas de quem lhes fala, analisar criticamente as soluções propostas e fazer a escolha preferível. Fazer, afinal, aquilo a que já são chamados no seu quotidiano, quando negoceiam a compra de um televisor, quando entram num hipermercado, quando discutem política com um amigo: apreciar a valia de uma proposta, resistir à sedução consumista, argumentar contra ou a favor de uma causa e tomar decisões.

Desvalorizar então a retórica por ser passível de manipulação seria equivalente a negar a política só porque alguns dos seus agentes recorrem a práticas mais ou menos censuráveis e supor, além disso, que os destinatários de tais práticas, são potenciais vítimas indefesas sem qualquer outra alternativa que não seja a de caírem nas garras do discurso ardiloso. Mas o que, tanto da retórica como da política, se deve dizer, mais exactamente, é que os eventuais usos abusivos ou manipuladores que nelas têm lugar sempre se inscrevem e têm o seu ponto de partida na dimensão ética dos seus protagonistas, não sendo a retórica, como a política, mais do que campos particulares da sua manifestação.

É que nem a eventual ignorância do auditório pode justificar um preconceito especialmente negativo contra a retórica. Certamente que é desejável a maior simetria possível entre as posições de quem fala e quem escuta, entre quem propõe e quem avalia, no que se refere à formação cultural e capacidade crítica necessárias à melhor escolha possível. Um auditório menos preparado perante um orador que domina não só a técnica de argumentar mas também o foro da questão em apreço, pode não ver motivos para regatear a confiança em quem lhe parece tão *senhor da situação*. E há nisso uma certa dose de risco, sem dúvida, como haverá, sempre que se tome uma decisão ou se tenha por válido algo que, por esta ou aquela razão, não tivemos a possibilidade de comprovar. Mas porque deveria a confiança assumir uma conotação tão “perigosa” só porque ocorre no seio da retórica? A verdade é que confiança e risco são, e sempre foram, inerentes ao existir humano, tanto no que diz respeito à acção como ao pensamento. Por mais que se estude, por mais que se aprenda, aquilo que conhecemos é ínfimo se comparado com o que continuamos a ignorar. Além disso, regra geral, sabemos pouco sobre o que sabemos. Só a confiança nas fontes desse saber nos proporciona a indispensável estabilidade psicológica. Como diz Giddens, até “a confiança básica na continuidade do mundo tem de alicerçar-se na simples convicção de que ele continuará e isto é algo de que não podemos estar inteiramente

seguros" [61]. Que fazemos nós ao longo da vida senão confiar nos outros? Não utilizamos no dia-a-dia um conjunto de conhecimentos cujo fundamento e validade nunca nos foi dado testar? O que são as nossas relações sociais senão "laços baseados na confiança, uma confiança que não é predeterminada mas construída, e em que a construção envolvida significa *um processo mútuo de autodesvendamento*"? [62]. Além disso quando, por exemplo, acendemos uma luz, abrimos uma torneira ou ligamos a televisão, não estamos a fazer mais do que reconhecer a nossa confiança naquilo a que Giddens chama de *sistemas abstractos*, que organizam e asseguram uma prestação de serviços cuja concretização ou funcionamento nem ousamos pôr em causa. Isso mostra como cada vez mais nos vemos forçados a confiar em princípios impessoais e em pessoas anónimas que estão por detrás desses sistemas e organizações. Faria sentido confiar em todas estas pessoas ausentes e não confiar num orador que temos à nossa frente, desenvolvendo uma argumentação que podemos acompanhar passo a passo, refutar e sancionar com a nossa eventual não adesão?

Sublinhe-se que, na retórica, o auditor é livre de conceder ou não essa confiança, podendo igualmente condicionar o sentido da sua decisão em função da maior ou menor confiança que lhe mereça o orador e a proposta que este lhe apresenta. Tem, inclusivamente, a possibilidade de contra argumentar, propor alterações à proposta inicial, participar na sua reelaboração e contribuir, desse modo, para o enriquecimento da solução que virá a aprovar, o que nem sempre acontece com os referidos sistemas abstractos, nomeadamente aqueles em que predominam os chamados contratos de adesão. Energia eléctrica, leasing e seguros, são apenas alguns exemplos de actividades sócio-económicas onde vigoram tais contratos-tipo cuja principal característica reside no facto do utente apenas poder exercer uma versão mitigada do seu direito de contratar, já que a elaboração de todo o clausulado compete exclusivamente à entidade que presta o serviço, o que faz com que à outra parte contratante, não reste outra prerrogativa que não seja a de aderir ou não. Ao contrário, a retórica configura uma liberdade individual, no sentido convencional definido por Villaverde Cabral como indo "da ausência de constrangimentos (...) até à liberdade de escolha" [63], o que proporciona, sem dúvida, bases mais sólidas para a criação de um clima de confiança entre os interlocutores. Contudo, a natureza do próprio acto de argumentar faz com que subsistam sempre algumas dificuldades, duas das quais saltam imediatamente à vista. Uma primeira dificuldade assenta na diversidade do humano, que tem a ver com a não homogeneidade das características biológicas e psico-sociais que estão por detrás das desiguais competências argumentativas e atitudes dos sujeitos da retórica. Mas como bem sustenta Joaquim Aguiar, "o tudo igual, o somos todos primos de toda a gente, leva à morte. Não há liberdade sem risco" [64]. A cada um e só a cada um compete decidir sobre o grau de investimento cultural a fazer na sua auto-formação, em função das necessidades e ambições pessoais que também só ele tem legitimidade para definir. E se assim é, assumir a responsabilidade pelos seus êxitos e fracassos é uma justa contrapartida dessa liberdade. Outra dificuldade da relação

retórica, de que já nos ocupamos mas sobre a qual se justifica agora um maior aprofundamento, é o problema da mentira e do engano, cuja possibilidade nunca está, à partida, afastada.

Mendacium est enunciatio cum voluntate falsum enuntiandi – assim definia Santo Agostinho a mentira. E, de facto, mentir é dizer o falso com a intenção de enganar. Mas a aparente simplicidade desta expressão poderia levar-nos a descurar a problematicidade que a encerra, nomeadamente quanto ao que se deve entender por *falso* e por *intenção de enganar*. Assim, dizer o falso não significa tão somente dizer o contrário do verdadeiro. No que à mentira concerne, dizer falso integra igualmente o dizer o diferente e até, dizer o que nem é falso nem verdadeiro. Por outro lado, limitar o discurso da mentira àquele em que o respectivo autor tem a intenção de enganar o ouvinte, pressupõe, desde logo, a exclusão do discurso meramente equivocado, ou seja, aquele em que o orador diz, sinceramente, algo de errado, que, no entanto, tem como certo. Quando o sujeito que fala está convencido de que diz a verdade, ele não mente, apenas erra. Como assinala Castilla del Pino 65, para que estejamos perante uma mentira é necessário que quem fala, preencha as seguintes condições:

a) Ter consciência do que é o certo

b) Ter consciência de que não é o certo que diz

c) Ter a intenção de enganar

d) Ter a intenção de ser considerado sincero

Como se pode ver, as três primeiras condições configuram uma situação de má-fé perante o interlocutor, na medida em que o sujeito que fala tem consciência de que não diz a verdade e ainda assim, fá-lo, porque deliberadamente pretende enganar aquele a quem se dirige. Note-se que, ao contrário do que pode parecer, as duas primeiras condições são por si só insuficientes para que se possa caracterizar uma situação de má-fé. Basta pensar no caso do professor que enuncia aos seus alunos uma solução falsa (apesar de conhecer a verdadeira) com o único propósito de testar o saber dos seus alunos ou neles estimular o espírito de descoberta, na resolução de um dado problema. Logo, apenas a intenção de enganar torna a acção de dizer o falso, inequivocamente censurável. Resta analisar a quarta condição, ou seja, a intenção do sujeito que fala em ser tomado como sincero por quem o escuta. De certa forma, temos aqui a alusão a uma preocupação muito em voga nos nossos dias que é a de *manter a imagem* e que constitui um filão sistematicamente explorado pela publicidade mediática. Manter a imagem, claro está, mas somente quando dela se possam retirar alguns dividendos, mesmo quando estes se restrinjam ao mais elementar nível do reconhecimento pessoal. Mas não é seguramente este tipo de reconhecimento que, em primeira linha, busca aquele que quer fazer passar uma mentira, na retórica. Os seus objectivos são bem mais pragmáticos: ele pretende, antes de mais, valer-se da credibilidade de que goza para mais fácil e eficazmente fazer aceitar como verdadeiro aquilo que sabe ser falso. Estamos aqui, por assim dizer, numa aplicação pela negativa, da ligação acto-pessoa de que nos fala Perelman. O interlocutor que fica com a sensação de que está a escutar

alguém cuja integridade moral é inatacável tenderá a deduzir que os seus actos são igualmente íntegros. Confia na boa-fé de quem lhe fala, age por sua parte com real boa-fé e predispõe-se a aceitar naturalmente como verídico tudo o que lhe é dito por essa mesma pessoa. Torna-se assim presa fácil da mentira, pois regra geral, só mente quem consegue aparentar que diz a verdade. E ao conseguir manter a sua imagem de credibilidade, mesmo mentindo, o mentiroso, como que prepara, inclusivamente, o terreno para novas mentiras, reforçando no seu interlocutor uma presunção de veracidade para todos os seus futuros discursos, sejam eles falsos ou verdadeiros. Com efeito, o mentiroso que é desmacarado, não só vê fugir-lhe os efeitos que da sua mentira pretendia retirar como terá dificuldades acrescidas, no futuro, em se fazer acreditar, mesmo quando pronuncie um discurso verídico, pois cabe aqui lembrar o provérbio *cesteiro que faz um cesto, faz um cento*.

Há por isso que fazer uma distinção que, além de se revestir da maior importância para a compreensão do fenómeno da manipulação na retórica, parece vir confirmar a perspectiva que aqui vimos assumindo e que outra não é, senão a de se considerar que a responsabilidade por tal manipulação deve ser repartida e co-assumida pelo manipulador e pelo manipulado. É que uma coisa é a mentira, outra, o engano. Se há engano, é porque houve mentira, mas – e este é o ponto que pretendemos salientar – da mentira não tem que, obrigatoriamente, decorrer o engano. Mentir é um propósito, uma intenção. Enganar é algo mais, é obter o resultado ou o efeito intentado. A mentira é do foro do mentiroso. O engano está sobe a *jurisdição* do enganado. O mentiroso pode mentir sempre, mas só engana quando alguém se deixa enganar. Há sempre, portanto, uma divisão de responsabilidades na manipulação da retórica e, de modo algum, aquele que escuta pode furtar-se ao ónus de detectar as possíveis transgressões ou rupturas do *contrato de sinceridade* que torna possível tanto a retórica como, afinal, toda e qualquer outra forma de comunicação. Como diz Lozano, "que a mentira possa supor uma ruptura do contrato fiduciário corresponde unicamente à vontade do destinatário ou à sua interpretação, sempre regida pelo 'crer' que é, não em vão, uma modalidade 'subversiva', já que se pode crer tanto no possível como no impossível, no verdadeiro como no falso. E, porque não, também na mentira" 66.

Este modo de olhar a mentira, pressupõe, naturalmente, um juízo de vincada negatividade ético-social e discursiva. Mas a questão que agora se coloca é a de saber se, ainda assim, poderemos ignorar o papel que a mentira desempenha ao nível *praxis*. Uma primeira advertência, a este respeito, parece vir de Simel, para quem "o valor negativo que no plano ético tem a mentira, não deve enganar-nos sobre a sua positiva importância sociológica, na conformação de certas relações concretas" 67. Ora foi precisamente a partir de uma perspectiva sociológica que Goffman estudou a estrutura dos encontros em sociedade, aqueles em que "as pessoas se vêem na presença física imediata umas das outras" 68, pondo em marcha estratégias de relacionamento que pouco devem a uma atitude de sinceridade integral. Para este autor o factor-chave na estrutura de tais encontros é a manutenção de uma definição da situação que deve ser

expressa e sustentada perante uma multiplicidade de rupturas ou perturbações potenciais. Daí a sua analogia com a dramatização teatral, já que “os indivíduos que conduzem a uma interacção cara a cara no palco de um teatro têm que dar resposta às mesmas exigências de base que encontramos nas situações reais” 69. É quanto basta para se vislumbrar aqui não só a possibilidade da mentira mas também a sua própria relativização, quando encarada no concreto contexto social em que ocorre.

Seguindo de perto o ponto de vista de Goffman, teremos de dizer que é através da definição de situação de que nos fala, que os participantes de um auditório concreto fazem uma primeira formulação do que o orador espera deles e, igualmente, do que poderão eles esperar do orador. A maior ou menor segurança dessa formulação dependerá, é certo, da quantidade de informação disponível sobre o orador, mas por maior que esta seja, não será nunca possível prescindir de um complexo jogo de inferências, a partir daquilo que o orador transmite. E é aqui que podemos situar o ponto crítico da definição da situação. É que o orador, em função do seu particular interesse ou objectivo, pode mentir, recorrer a um discurso fraudulento, à dissimulação, tanto mais que também ele faz as suas inferências sobre o auditório que tem à sua frente, além de nunca ser descartável a hipótese de facilitar ou impedir intencionalmente o processo inferencial dos seus interlocutores. Como minuciosamente descreve Goffman, “pode querer que eles façam uma grande ideia a seu respeito, ou que pensem que ele faz deles uma grande ideia, ou que se dêem conta do modo como ele realmente os sente, ou que não cheguem a qualquer impressão demasiado precisa; pode querer garantir uma harmonia suficiente para que a interacção se mantenha, ou, pelo contrário, enganá-los, desorientá-los, confundi-los, desembaraçar-se deles, opor-se-lhes ou insultá-los” 70. Ao orador, interessará, pois, controlar o comportamento dos que o escutam, especialmente no que respeite ao modo como lhe respondam ou como o tratem. Como chegar a esse controlo? Sem dúvida, exercendo maior ou menor influência sobre a definição que os outros formulam, para o que se exprimirá de maneira a proporcionar-lhes a impressão que os levará a agirem voluntariamente de acordo com a sua própria intenção ou plano. Resta saber se ele próprio mantém um controlo total sobre o acto de se expressar.

Partindo da clássica distinção entre dois tipos de comunicação, *expressões transmitidas* e *expressões emitidas*, as primeras, predominantemente verbais e as segundas, predominantemente não verbais, Goffman - para quem o indivíduo, regra geral, se apresentará do modo que lhe é mais favorável - constata que “os outros poderão dividir em duas partes aquilo de que são testemunhas; numa parte, que é relativamente fácil para o indivíduo manipular à sua vontade, e que consiste sobretudo nas suas declarações verbais, e numa outra parte, relativamente à qual ele parece dispor de um menor controlo ou a que dá menos atenção, e que consiste sobretudo nas expressões que emite” 71. E se assim é, a maior ou menor discrepância frequentemente observada entre o que o manipulador transmite verbalmente e aquilo que ele emite num registo não verbal, constitui para o candidato a manipulado forte indício de que poderá

estar perante uma mentira ou tentativa de manipulação. Logo, uma vez detectado tal indício, manter o mesmo nível de credulidade perante o orador em causa, será, de certa forma, sujeitar-se ao engano, por sua conta e risco.

Trata-se aqui, portanto, de descobrir se o orador está ou não a simular apenas um comportamento espontâneo, para fazer crer numa sinceridade que, de facto, não está presente no seu discurso. A tarefa, não sendo fácil, estará, contudo, ao alcance dos mais avisados, tanto mais que, segundo Goffman, "a arte de penetrar no esforço calculado de existir um comportamento não intencional por parte do indivíduo, parece mais desenvolvida do que a nossa capacidade de manipulação do comportamento próprio, de tal maneira que, seja qual for a fase alcançada pelo jogo de informação, a testemunha estará provavelmente em vantagem sobre o actor..." 72.

2. Da persuasão retórica à persuasão hipnótica

2.1. A emoção na retórica

Apesar de ter identificado a nova retórica como teoria geral do discurso persuasivo "que visa ganhar a adesão, tanto intelectual como emotiva, de um auditório..." 73 e de nas suas principais obras - *Tratado da argumentação*, *O império da retórica* e *Retóricas* - ter recorrido frequentemente a expressões tais como *persuasão*, *discurso persuasivo*, *linguagem para persuadir e influenciar com a sua argumentação*, Perelman nada ou quase nada nos diz sobre a *persuasão*. E contudo, é o próprio Perelman que reconhece a insuficiência da estrutura argumentativa quer para explicar quer para provocar a adesão do auditório: "quando se trata de argumentar, de influenciar, por meio do discurso, aumentar a intensidade de adesão de um auditório a certas teses, já não é possível menosprezar completamente, considerando-as irrelevantes, as condições psíquicas e sociais sem as quais a argumentação ficaria sem objecto ou sem efeito" 74. Não se trata pois de uma intencional ocultação dos factores "não intelectuais" sempre presentes no acto persuasivo e a que, de resto, alude logo nas primeiras páginas do seu *Tratado da argumentação* quando deixa bem claro que a adesão retórica é de natureza *tanto intelectual como emotiva* mas sim de uma opção pessoal que cedo anuncia e justifica: "nosso estudo, preocupando-se sobretudo com a estrutura da argumentação, não insistirá, portanto, na maneira pela qual se efectua a comunicação com o auditório" 75.

Mas não será a estrutura da argumentação, ela própria, *uma maneira pela qual se efectua a comunicação com o auditório*? Salvo melhor opinião, a resposta só pode ser afirmativa, pelo que se a intenção fica clara, o mesmo já não sucede com a justificação. É de admitir que a esta sua posição não seja de todo alheia a intenção de se demarcar da propaganda e dos meios persuasivos de duvidosa legitimidade a que aquela muitas vezes recorre. Pelo menos, é o que se

pode inferir do modo comparativo como Perelman delimita o condicionamento do auditório no interior da retórica. “Um dos factores essenciais da propaganda (....) é o condicionamento do auditório mercê de numerosas e variadas técnicas que utilizam tudo quanto pode influenciar o comportamento. Essas técnicas exercem um efeito inegável para preparar o auditório, para torná-lo mais acessível aos argumentos que se lhe apresentarão. Esse é mais um ponto de vista que a nossa análise deixará de lado: trataremos apenas do condicionamento do auditório mediante o discurso...” 76.

Uma outra razão que pode ter levado Perelman a cingir-se praticamente ao estudo da estrutura racional da argumentação, tem a ver com a sua confessada preferência pelo apelo à razão em desfavor do apelo à vontade. Essa preferência poderemos descortiná-la na forma como justifica a importância particular que no seu *Tratado da argumentação* irá conceder às argumentações filosóficas, as quais, no seu entender, são “tradicionalmente consideradas as mais ‘racionais’ possíveis, justamente por se presumir que se dirigem a leitores sobre os quais a sugestão, a pressão ou o interesse têm pouca ascendência” 77. Não admira por isso que, de quando em vez, nos fale de *persuasão racional*, no aparente propósito de esconjurar definitivamente toda e qualquer hipótese de actuação directa sobre a emoção do auditório. É o que podemos ver nas suas referências aos “ataques dos filósofos à *teoria da persuasão racional* desenvolvida nas obras de retórica” 78 ou quando, a propósito da oposição entre argumentação e violência, vem afirmar que “o uso da argumentação implica que se tenha renunciado a recorrer unicamente à força, que se dê apreço à adesão do interlocutor, obtida graças a uma *persuasão racional...”* 79.

Percebe-se aqui uma certa preocupação de Perelman em evitar, desde logo, que a persuasão da retórica, melhor dizendo, da “sua” nova retórica, pudesse ser vista como mais uma entre as muitas formas de manipulação emocional, sabendo-se, como se sabe, que esta última surge habitualmente associada ao cercear da liberdade do interpelado, através de uma pressão ou bloqueamento psicológico que tendem para a redução da sua capacidade crítica e para o inerente conformismo com a solução que lhe é apresentada. Ainda assim, surpreende o seu quase total silêncio sobre a persuasão.

Antes de mais, porque é o próprio Perelman quem reconhece a presença da emoção e até da sugestão na própria relação argumentativa, como se pode confirmar por esta sua passagem na *Retóricas*, onde depois de observar que a área da argumentação retórica não pode ser reduzida nem ao argumento lógico nem à sugestão pura e simples, caracteriza deste modo os dois possíveis caminhos de investigação: “A primeira tentativa consistiria evidentemente em fazer da argumentação retórica uma lógica do provável (....) a segunda tentativa consistiria em estudar *os efeitos sugestivos produzidos por certos meios verbais de expressão...*” 80. Tratando-se, provavelmente, da sua mais explícita aceitação da emocionalidade que os argumentos provocam no auditório, não é, porém, a única. Com efeito, já no seu Tratado de Argumentação admitira que

“a intensidade da adesão que se tem de obter *não se limita à produção de resultados puramente intelectuais*, ao facto de declarar que uma tese parece mais provável que outra, mas muitas vezes *será reforçada* até que a acção, que ela deveria desencadear, tenha ocorrido” 81. Ou seja, não só a argumentação produz determinadas alterações emocionais no auditório, como tais alterações são voluntariamente provocadas, quando o orador as considere necessárias para obter a adesão à respectiva tese ou proposta.

Compreende-se portanto que Perelman tenha limitado o âmbito da sua investigação aos “*recursos discursivos* para se obter a adesão dos espíritos” 82, mas já parece pouco consistente que depois de ter admitido que a tentativa de estudar os efeitos sugestivos produzidos pela argumentação poderia ser fecunda, nos venha dizer que isso, porém, “deixaria escapar o aspecto de argumentação que queremos, precisamente, pôr em evidência” 83. Principalmente se, como pensamos, a dissociação operada entre os elementos intelectuais e emocionais da argumentação, levar a uma artificial fragmentação do acto retórico que só pode dificultar a compreensão global deste último.

Com efeito se a eficácia da retórica é medida pela adesão do auditório, o orador precisará de avaliar previamente a força dos argumentos a utilizar, tanto do ponto de vista do raciocínio em que se estruturam como do seu impacto emocional. E isto porque a argumentação do orador não se dirige apenas à inteligência dos seus ouvintes, ou seja, aquela não é exclusivamente recebida por uma mente puramente racional. O orador fala para pessoas, não fala para máquinas. Fala para pessoas que pensam e sentem e que, segundo os mais recentes dados científicos disponíveis, analisam os argumentos e tomam as suas decisões com base não só no raciocínio puro mas também na emoção e na afectividade. O que implica, a nosso ver, que se encare a adesão de um auditório como um acto complexo que o mero valor lógico ou quase lógico de um argumento não permite esclarecer ou justificar. Sendo certo, como sustenta Perelman, que a adesão do auditório representa a comunhão das mentes, importa porém, esclarecer previamente de que *mentes* falamos.

Ora, como diz António Damásio, não parece sensato “excluir as emoções e os sentimentos de qualquer concepção geral da mente, muito embora seja exactamente o que vários estudos científicos e respeitáveis fazem quando separam as emoções e os sentimentos dos tratamentos dos sistemas cognitivos” 84. E referindo-se a tais estudos, o mesmo autor afirma ainda: “as emoções e os sentimentos são considerados entidades diáfanas, incapazes de partilhar o palco com o conteúdo palpável dos pensamentos, que, não obstante, qualificam (...). Não partilho estas opiniões. Em primeiro lugar, é evidente que a emoção se desenrola sob o controlo tanto da estrutura subcortical como da estrutura neocortical. Em segundo, e talvez mais importante, *os sentimentos são tão cognitivos como qualquer outra imagem perceptual* e tão dependentes do córtex cerebral como qualquer outra imagem” 85.

Interessa aqui reter sobretudo esta ideia de que “os sentimentos são tão cognitivos como

qualquer outra imagem perceptual", por ser fácil adivinhar o seu alcance no âmbito de um estudo sobre a persuasão. É certo que já o filósofo da corrente fenomenológica, Robert Solomon, tinha defendido no seu livro *The Passions.The Myth and Nature of Human Emotions* (1976), que as emoções desempenham um papel fundamental nos nossos juízos ou decisões: "diz-se que as emoções distorcem a nossa realidade; eu defendo que elas são responsáveis por ela. As emoções, dizem, dividem-nos e desencaminham-nos dos nossos interesses; eu defendo que as emoções criam os nossos interesses e os nossos propósitos. As emoções, e consequentemente as paixões em geral, são as nossas razões na vida. Aquilo a que se chama 'razão' são as paixões esclarecidas, 'iluminadas' pela reflexão e apoiadas pela deliberação perspicaz que as emoções na sua urgência normalmente excluem" 86.

Esta intuição sobre a racionalidade das emoções foi aliás partilhada por diversos outros autores, cujas obras, entre as quais se destaca *The Rationality of Emotion* do filósofo luso-canadiano Ronald De Sousa (1991), vieram pôr em causa a clássica dicotomia entre razão e emoção. Mas é com Damásio que a impossibilidade de separar a racionalidade das emoções surge devidamente caucionada pela metodologia científica. Em *O Erro de Descartes* ele dá-nos conta do importante trabalho de investigação que há duas décadas vem desenvolvendo no domínio da Neurociência, o que faz com invulgar clareza expositiva se atendermos ao rigor e à profundidade do seu pensamento. Um bom exemplo disso, é a descrição que nos dá do momento a partir do qual se convenceu que a perspectiva tradicional de encarar a racionalidade não poderia estar correcta. Essa perspectiva implicava, como se sabe, o reconhecimento de uma radical separação entre a razão e a emoção, no pressuposto de que a cada uma corresponderiam sistemas neurológicos autónomos. Daí que, ao nível do pensamento, a emoção fosse tida como fonte perturbadora de todo o raciocínio. Sempre que se pretendesse tomar uma decisão sensata, haveria, por isso, que fazê-lo de cabeça fria. Foi exactamente este modo de olhar a relação entre a razão e a emoção que António Damásio veio pôr em causa depois de ter observado que um dos seus doentes não conseguia resolver ou decidir adequadamente sobre pequenos e triviais problemas de cáracter prático, apesar da doença neurológica que, de um dia para o outro, o vitimara, não ter afectado a sua capacidade racional:

Tinha agora (....) diante de mim, o ser mais inteligente mais frio e menos emotivo que se poderia imaginar, e, apesar disso, o seu raciocínio prático encontrava-se tão diminuído que produzia, nas andanças da vida quotidiana, erros sucessivos numa contínua violação do que o leitor e eu consideraríamos ser socialmente adequado e pessoalmente vantajoso (....). Os instrumentos habitualmente considerados necessários e suficientes para um comportamento racional encontravam-se intactos. Ele possuía o conhecimento, a atenção e a memória indispensáveis para tal; a sua linguagem era impecável; conseguia executar cálculos; conseguia lidar com a lógica de um problema abstracto. Apenas um outro defeito se aliava à sua deficiência de decisão: uma pronunciada alteração da capacidade de sentir emoções. Razão embotada e sentimentos deficientes surgiam a par, como consequências de uma lesão cerebral específica, e esta correlação foi para mim bastante sugestiva de que a emoção era uma componente integral da maquinaria da razão. Duas décadas de trabalho clínico e experimental com muitos doentes neurológicos permitiram-me repetir inúmeras vezes esta observação e transformar uma pista

numa hipótese testável 87.

No que mais directamente pode interessar ao estudo da persuasão discursiva, notemos aqui como as perturbações observadas no comportamento deste indivíduo se confinam à racionalidade prática e correspondente tomada de decisão, uma e outra, nucleares no processo retórico. A primeira, porque, desde Perelman, constitui-se como fundamento e legitimação do acto de argumentar e persuadir. A segunda, por que está na base do que este mesmo autor considera ser o critério de eficácia da retórica: a adesão (ou decisão de aderir). Daí que, uma nova concepção da mente, que implique um diferente modo de olhar a relação entre razão e emoção, seja susceptível de vir a alterar também o nosso modo habitual de pensar a persuasão.

Damásio não pretende, porém, negar o entendimento tradicional, aliás confirmado por investigações recentes, de que as emoções e os sentimentos podem, em certas circunstâncias, perturbar o processo normal de raciocínio. Pelo contrário, vale-se desse conhecimento adquirido para sublinhar que precisamente por se aceitar a influência prejudicial das emoções sobre o raciocínio é que é "ainda mais surpreendente e inédito que a *ausência* de emoções não seja menos incapacitadora nem menos susceptível de comprometer a racionalidade que nos torna distintamente humanos e nos permite decidir em conformidade com um sentido de futuro pessoal, convenção social e princípio moral" 88. De facto, à primeira vista, parece elementarmente lógico que se as emoções perturbam o raciocínio, a perturbação deste último cesse ou deva cessar quando destituído dessa influência emotiva. Mas foi justamente esta falsa evidência que veio a ser denunciada pela sistemática investigação de Damásio, em doentes neurológicos portadores de lesões cerebrais específicas que lhes diminuiram a capacidade de sentir emoções, sem afectar contudo *os instrumentos habitualmente considerados necessários e suficientes para um comportamento racional*. Apesar de estarem agora em condições de raciocinar com a maior frieza, tais indivíduos não conseguiam porém tomar as decisões mais adequadas quer segundo os padrões socialmente convencionados, quer na óptica dos seus interesses pessoais, como o faziam normalmente antes de terem sofrido as ditas lesões.

Confirmados os factos que prefiguravam uma ruptura com o modelo clássico de articular a racionalidade com a emoção, faltava porém indagar sobre a sua razão de ser, constituir um quadro explicativo, formular hipóteses, mesmo se estas, na ausência de avanços científicos e interdisciplinares sobre tão particular objecto de estudo, tiverem que se limitar, temporariamente, ao domínio do senso comum e da intuição. É esse quadro explicativo que Damásio vai traçando e enriquecendo, passo a passo, ao longo desta sua obra de referência obrigatória para quem quiser fica a par dos fundamentos neurobiológicos da mente. Como afirmou o Prémio Nobel David Hubel, da Universidade de Harvard, "Eis, finalmente, uma tentativa, de um dos mais famosos neurologistas mundiais, de sintetizar o que é conhecido acerca do funcionamento do cérebro humano. *O Erro de Descartes* merece tornar-se um clássico" 89. Puras razões de economia de texto levam-nos, contudo, a destacar apenas uma entre as inúmeras propostas teóricas de

Damásio, recaindo a escolha sobre aquela que - por se aplicar às operações de raciocinar e decidir - se nos afigura de maior valia para a compreensão dos mecanismos e condicionamentos psico-biológicos da persuasão: a hipótese do *marcador-somático*.

Damásio começa por recordar que a mente não está vazia no começo do processo de raciocínio. Pelo contrário, encontra-se repleta daquilo a que chama um repertório variado de imagens 90, produzidas pela situação concreta que enfrenta. Sucede que essas imagens entram e saem da consciência numa apresentação demasiado rica para ser rápida ou completamente abarcada. É esse o tipo de dilema com que nos vemos confrontados quotidianamente e para o resolver, dispomos, pelo menos, de duas possibilidades distintas: a primeira, baseia-se na perspectiva tradicional da *razão nobre*, que concebe a tomada de decisão "racional"; a segunda, na hipótese do *marcador-somático*.

Segundo a perspectiva racionalista (ou da razão nobre), para decidirmos bem, bastará que deixemos a lógica formal conduzir-nos à melhor solução para o problema. O que é preciso é deixar as emoções de fora, para que o processo racional não seja adulterado pela paixão. Os diferentes cenários serão assim considerados um a um a fim de serem submetidos a uma análise do tipo custos/benefícios de cada um deles, para, mediante uma estimativa da *utilidade subjectiva* deduzirmos logicamente o que é bom e o que é mau. Nessa análise são portanto consideradas as consequências de cada opção em diferentes pontos do futuro e calculadas as perdas e os ganhos que daí decorreriam. Simplesmente, como a maior parte dos problemas tem muito mais que duas alternativas de solução a sua análise torna-se cada vez mais difícil à medida que se vai avançando nas deduções 91.

É por isso que Damásio vem afirmar que, se só dispuséssemos desta estratégia, a racionalidade nela presente não iria funcionar. E, dirigindo-se directamente ao leitor, explica porquê: "na melhor das hipóteses, a sua decisão levará um tempo enorme, muito superior ao aceitável se quiser fazer mais alguma coisa nesse dia. Na pior, pode nem chegar a uma decisão porque se perderá nos meandros do seu cálculo. Porquê? Porque não vai ser fácil reter na memória as muitas listas de perdas e ganhos que necessita de consultar para as suas comparações (...). A atenção e a memória de trabalho possuem uma capacidade limitada. Se a sua mente dispuser apenas do cálculo puramente racional, vai acabar por escolher mal e depois lamentar o erro, ou simplesmente desistir de escolher, em desespero de causa (...). E no entanto, apesar de todos estes problemas, os nossos cérebros são capazes de decidir bem, em segundos ou minutos, consoante a fracção de tempo considerada adequada à meta que pretendemos atingir e, se o conseguem com tanto ou tão regular êxito, terão de efectuar essa prodigiosa tarefa com mais do que a razão pura. Precisam de qualquer coisa bem diferente" 92.

É aqui que surge a hipótese do *marcador-somático*, que Damásio concebe como um caso especial do uso de sentimentos que foram criados a partir de emoções secundárias. À medida que estas emoções e sentimentos se manifestam, vão sendo ligados por via da aprendizagem a

certos tipos de resultados futuros conexionados, por sua vez, a determinados cenários. De tal forma que, quando um *marcador- somático* é justaposto a um determinado resultado futuro, a combinação funciona ou como uma campaínha de alarme, no caso do marcador ser negativo, ou como um incentivo, quando o marcador é positivo. É esta a essência da hipótese do *marcador-somático*. No momento em que nos surgem os diversos cenários, desdobrados na nossa mente, de modo demasiado rápido para que os pormenores possam ser bem definidos (e antes que tenha lugar tanto a análise lógica de custo/benefícios como o raciocínio tendente à solução), se surge um mau resultado associado a uma dada opção de resposta, por mais fugaz que seja, sente-se uma sensação visceral desagradável. Daí que Damásio explique nestes termos a designação que deu à sua hipótese: "Como a sensação é corporal, atribuí ao fenómeno o termo técnico de estado *somático* e porque o estado 'marca' uma imagem, chamo-lhe *marcador*" 93.

É porém chegado o momento de nos interrogarmos sobre o papel que o *marcador- somático* de Damásio pode desempenhar na compreensão interdisciplinar da persuasão, sabendo-se, como se sabe, que esta última se afirma como fenómeno humano complexo, insusceptível de ser apreendido sem um olhar pelos diferentes planos em que se manifesta: lógico, argumentativo, neurobiológico, psicológico e social. É o que procuraremos estabelecer, ao situar agora o marcador somático e a sua função, na dinâmica inerente a todo o processo de decidir.

Vamos imaginar uma situação persuasiva, por excelência: a venda de um seguro. De um lado, o agente de seguros, procurando realizar mais um negócio. Do outro, um candidato a cliente, avaliando as possíveis vantagens de subscrever um seguro de vida. A comunicação está a correr bem para ambos: o agente-vendedor sente que conseguiu prender a atenção e o interesse do seu interlocutor, enquanto que este se mostra visivelmente satisfeito pelo modo como está a ser esclarecido sobre a utilidade do respectivo seguro. Até que a certa altura, o vendedor, pretendendo dar uma ideia o mais exacta possível de como o seguro de vida funciona e, ao mesmo tempo, "acelerar" a persuasão do cliente, socorre-se de uma ilustração claramente retórica: "*imagine que o senhor vai morrer amanhã*. Nesse caso, a seguradora pagaria imediatamente o respectivo capital seguro". E confiante neste efeito de presença, conclui a sua argumentação, ficando somente a aguardar a tomada de decisão do interlocutor, na expectativa de que, tendo este dado o seu acordo a cada uma das premissas da sua argumentação, irá agora, finalmente, subscrever o respectivo seguro de vida. Surpreendentemente, porém, o cliente desinteressa-se do seguro e, pedindo apressadas desculpas, some da sua vista. Em suma, uma venda fracassada, um acto persuasivo ineficaz.

Algo correu mal nesta situação argumentativa. O que terá *falhado*? Há fortes razões para pensar que foi o tipo de ilustração, ou seja, a particular situação ficcionada pelo agente, que não surtiu o desejado efeito. De facto, qualquer profissional mais experiente na venda de seguros teria evitado proferir a expressão *imagine que o senhor vai morrer amanhã* substituindo-a por uma outra que servisse idêntico fim mas que não apresentasse o mesmo risco de surgir com uma

carga emocional negativa aos olhos do cliente e que poderia ser, por exemplo, *imagine que tinha morrido ontem*. Notemos que embora as duas frases em causa cumpram a mesma função no contexto argumentativo (situar a morte da pessoa segura, como acontecimento que faz funcionar as garantias da apólice), criam porém, automaticamente, dois cenários radicalmente distintos na mente do candidato a segurado, quer no tempo em que se situam (passado ou futuro), quer na possibilidade da sua concretização. Ou seja, a expressão *imagine que vai morrer amanhã* é, à partida, muito menos "simpática" para o cliente, porque o leva a representar mentalmente um acontecimento fatídico (a morte) como algo que lhe pode muito bem vir a acontecer já no próprio dia seguinte. Daí que origine uma sensação tanto mais desagradável quanto mais impressionável ou supersticiosa for a pessoa em causa. Pelo contrário, a mesma pessoa, ao escutar a frase *imagine que tinha morrido ontem*, quase respira de alívio, pois sabendo-se viva, tem a imediata noção de que é totalmente impossível vir a ser vítima dessa fatalidade (a morte) nos exactos termos em que é chamada a representá-la, ou seja, como um acontecimento do passado. É, de resto, para evitar cargas emocionais negativas deste mesmo tipo que as seguradoras continuam a chamar seguro de vida a um seguro que, afinal, só funciona em caso de morte, tal como insistem em designar como seguro de saúde uma apólice que só cobre a doença.

Voltemos porém à surpreendente decisão do cliente de não efectuar o seguro que lhe foi proposto. Em que medida essa sua reacção pode ser explicada pela hipótese do *marcador-somático*? Vejamos: o cliente tinha que decidir, pelo menos, entre duas opções, fazer ou não fazer o respectivo seguro e, do ponto de vista lógico-racional, nada obstava a que a sua resposta fosse positiva. Mas ao proferir aquela "fatídica" frase, o agente de seguros terá feito convergir a atenção do cliente para o cenário da sua própria morte, despoletando-lhe emoções e sentimentos mais ou menos penosos. E como diz Damásio, um "mau resultado" quando associado a uma dada resposta, por mais fugaz que seja, faz aparecer uma sensação visceral desagradável. A partir desse momento, a escolha de fazer ou não fazer o seguro passa para segundo plano, pois o cliente tem agora um novo quadro opcional pela frente que já não diz respeito à bondade da argumentação do agente nem sequer à subscrição do próprio seguro. Houve, por assim dizer, uma antecipação e um deslocamento do núcleo problemático, que passou a ser o de ter de escolher entre decidir ou não decidir (fosse qual fosse o sentido dessa decisão, o de fazer ou não fazer o seguro). E, obviamente, é a opção *decidir* que surge associada às já citadas emoções secundárias, constituindo-se o *marcador-somático* como um "avisador automático" do mal estar que essa opção representa ou provocaria, pois *decidir,* neste caso, significaria ter de *enfrentar* o fantasma da própria morte. Antecipando-se à análise racional das duas opções iniciais (decidir ou não decidir) em função dos custos/benefícios quer de uma quer de outra opção, o *marcador-somático* funciona assim como uma espécie de filtro, que no caso em apreço, apenas deixa à consideração racional uma hipótese: não decidir. E foi o que o cliente fez.

Podemos então vislumbrar a importância de que se reveste a teorização de Damásio para o

conhecimento dos mecanismos do raciocínio e da tomada de decisão presentes na retórica e na persuasão em geral. Com efeito, a *somatização* do discurso, a inseparabilidade entre razão e emoção, o papel do *marcador-somático* na prévia selecção (ou filtragem) das opções de resposta e, de uma maneira geral, "a simbiose entre os chamados processos cognitivos e os processos geralmente designados por emocionais" 94, parece influenciar e condicionar de tal modo a tomada de decisão, que seria absurdo prescindir da sua consideração no âmbito de qualquer estudo retórico.

2.2. Persuasão e retórica

No quadro da persuasão, onde se situa a retórica, pode afirmar-se - ainda mais acentuadamente do que em qualquer outro tipo de discurso - que a finalidade do raciocínio é a decisão, uma decisão que fundamentalmente consiste em escolher uma das duas opções sempre em aberto: aderir ou não aderir. Referimo-nos aqui não apenas ao acordo final do auditório quanto à validade das teses que lhe foram propostas, mas também à adesão a cada uma das premissas e dos argumentos avançados pelo orador nas diferentes fases do seu discurso. É este o entendimento que se mostra mais de acordo com a interrogatividade em contínuo defendida por Meyer e que implica que, para decidir e raciocinar em cada uma dessas diferentes fases, o auditório (ou decisor) deva ter conhecimento prévio:

a) da situação ou problema que requer uma decisão
b) das diferentes opções de resposta
c) das consequências de cada uma dessas opções

São estas as três condições em que a retórica e a persuasão podem aspirar à adesão crítica do auditório. Do lado do orador, correspondem ao imperativo ético de não escamotear a verdadeira natureza do problema que carece de solução consensual, dar a conhecer ao auditório as diferentes respostas possíveis em vez de ocultar as que lhe pareçam "inconvenientes" e, por último, enunciar as previsíveis consequências de cada uma dessas opções. Do lado do auditório, prefiguram as três exigências básicas da respectiva tomada de decisão, de tal modo, que, uma vez não satisfeitas, legitimam, por si só, o silêncio ou recusa de aderir. E se a adesão (ou não adesão) é a consequência natural do raciocinar e decidir, então, dir-se-á, há-de ser também nessas duas instâncias do pensamento que a persuasão se submeterá à mais dura prova da sua eficácia.

Tratando-se porém de agir sobre uma opinião mais ou menos estruturada e estável, o persuasor terá que, antes de mais, vencer a inércia do interlocutor, captar a sua atenção e interesse pela discussão, sob pena da própria interacção ficar comprometida. Ao raciocínio e à decisão é preciso então juntar agora também a atenção, não só como factor persuasivo, mas também como condição prévia e necessária da própria argumentação. Mais adiante iremos ver, aliás, como determinadas técnicas de focalizar a atenção podem ser usadas para introduzir na

persuasão uma sugestibilidade exagerada que leva à redução da capacidade crítica do decisor. Antes porém, precisamos caracterizar, ainda que sumariamente, a persuasão e os diferentes modos em que se exerce ou manifesta.

Retomando uma ideia que expressamos logo no início deste estudo, diremos que não é fácil definir a persuasão, de tal modo ela parece esquivar-se a qualquer tentativa de a autonomizar de domínos tão intercomunicantes como são os da retórica, argumentação e sedução. Várias são as razões que parecem concorrer para tal dificuldade. Em primeiro lugar, o carácter semi-oculto da sua manifestação, que, obviamente, constitui uma excepção à regra da transparência no acto de comunicar. Com efeito, não raras vezes, a eficácia da persuasão reside mais no *não dito* do que naquilo que é realmente expresso e isto porque a persuasão, tal como a surpresa, não se anuncia, faz-se. Iniciar uma argumentação persuasiva com a frase “vou persuadir-te...” seria comprometer a sua própria possibilidade, tal como se, pretendendo fazer uma surpresa a alguém, começássemos por preveni-lo com um “vou surpreender-te...”. Num e noutro caso, haveria por assim dizer, uma notória incompatibilidade entre o dito e o feito, na medida em que o próprio dizer já inviabiliza o fazer. Em segundo lugar, temos que essa falta de visibilidade do elemento persuasivo parece conferir à persuasão uma aparência de natureza indecifrável, quando não transcendental, susceptível de levar a concepções tão bizarras como a que podemos surpreender na *Enciclopédia Koogan-Larousse* (1979), onde o adjectivo “persuasivo” ainda aparece definido como aquele “que tem o poder, o dom de persuadir”. Será um exagero descortinar nestes termos, *poder* e *dom*, uma certa remissão para o domínio sobrenatural ou, no mínimo, para uma persuasão só ao alcance dos eleitos? Finalmente, a constatação de que uma grande parte dos autores [Bellenger (1996); Breton (1998); Roselló (1998), etc.] que se referem à persuasão, fazem-no em obediência a uma ideia prévia e marcadamente negativa, associando-a a toda a espécie de malefícios, que vão desde a ameaça ao livre arbítrio da pessoa humana até à prossecução de interesses inconfessáveis, ao mascarar da verdade, ao deliberado engano.

Entendemos porém que não se pode definir a persuasão a partir dos seus usos e muito menos, quando se considerem exclusivamente os maus usos. Porque a par de manifestos abusos ocorridos, por vezes, nas áreas do jornalismo, das vendas, da publicidade, da propaganda política (mas também nas relações do quotidiano, inclusive, familiares...), são inúmeras as situações em que o discurso persuasivo continua a mostrar-se o instrumento mais eficaz e nalguns casos, até, o único humanamente admissível. Estamos a pensar no trabalho do psicólogo, no médico que recupera a esperança de um doente descrente quanto à sua cura, nas campanhas contra o álcool e contra a droga, na prevenção rodoviária, mas também no professor que incentiva nos seus alunos o gosto pela leitura e pelo saber em geral, na mãe que consola e ajuda a sua filha a ultrapassar um desgosto de amor, enfim, no amigo que nos faz ver quando erramos. Quem se atreveria a censurar alguma destas actividades ou procedimentos? E contudo, em cada um dessas situações, o que está em causa é um querer agir sobre o outro, levá-lo a modificar o seu

comportamento, a sua atitude ou ideia, perante problemas ou questões cuja resolução implica uma mudança na actual forma de os pensar. Ora persuadir (do lat. *persuadere)* é isso mesmo, convencer, levar alguém a crer, a aceitar ou decidir (fazer algo), sem que daí decorra, necessariamente, uma intenção de o iludir ou prejudicar, tão pouco a de desvalorizar a sua aptidão cognitiva e accional. Pelo contrário, o acto de persuadir pressupõe um destinatário que compreenda e saiba avaliar os respectivos argumentos, o que implica reconhecer o seu valor como pessoa, como centro das suas próprias decisões. Não subscreveríamos, por isso, a afirmação de Pedro Miguel Frade de que “o discurso persuasivo parte *sempre*, em primeira mão, de uma desqualificação mais ou menos assumida das *capacidades* e dos propósitos do outro” (os sublinhados em itálico são nossos) 95. Porque na “interacção a dois” (a que este mesmo autor se refere), a persuasão não tem que significar a desqualificação do persuadido mas sim um confronto de opiniões, onde os argumentos ou razões invocadas tanto podem merecer acolhimento como serem liminarmente refutados. Como em tantas outras situações comunicacionais, a manipulação sempre pode instalar-se nos discursos persuasivos. Condenar, porém, a persuasão em abstracto, seria um juízo a *priori* muito semelhante ao de admitir uma ilicitude sem ilícito.

As já referidas dificuldades de autonomização conceptual, não têm impedido, porém, que cada autor procure fixar o tipo de relação que a persuasão mantém com as restantes formas de influência. Em Perelman, por exemplo, a persuasão como que surge de tal maneira “colada” à retórica que com ela se confunde. O que essencialmente persuade é a argumentação, pois são as razões nela invocadas que levam à adesão do auditório. Disso nos dá conta, nomeadamente no seu *Tratado da argumentação* onde a par de uma identificação expressa da retórica à argumentação, surge também uma identificação presumida ou virtual desta última à persuasão. Tal identificação parece, no entanto, colocar o acento nos elementos intelectuais do discurso persuasivo à custa de uma aparente desqualificação do papel que a emoção e a afectividade desempenham, de facto, tanto na formação e desenvolvimento dos raciocínios, como nas tomadas de decisão. Não que Perelman ignore ou menospreze as condições psicológicas que concorrem para a eficácia da argumentação, pois ele próprio reconhece que o resultado a que tendem as argumentações “é um estado de consciência particular, uma certa intensidade de adesão” 96 mas sim porque o que realmente pretende apreender é “o aspecto lógico, no sentido muito amplo do termo, dos meios empregados, a título de prova, para obter esse estado de consciência” 97. E é também, certamente, por estas mesmas razões, que se limita a abordar a distinção entre persuasão e convencimento, aliás, em termos que já mereceram as nossas reservas.

Uma outra forma de situar a persuasão é a assumida por Murilo César Soares 98, para quem *persuasão* e *sedução* são apenas dois modos da retórica. A persuasão, derivando da argumentação e a sedução, proveniente da dramatização. Tem, sem dúvida, o mérito de

reconhecer a presença de determinações estéticas e emotivas no discurso retórico, mas, ao pressupor que a persuasão deriva unicamente da argumentação (aqui, obviamente, subentendida como argumentação *racional*) permanece, ainda assim, refém de uma artificial separação entre razão e emoção que colide com a impossibilidade prática de se demarcarem fronteiras entre o que é persuasivo e o que é sedutor. E sem um critério de demarcação é a própria distinção que fica em causa. Mas a ideia de ver a persuasão e a sedução como *modos* da retórica, merece acolhimento como modelo hermenêutico de chegar a um entendimento menos *divisionista* da retórica, enquanto prática discursiva orientada para a produção de determinados efeitos. Já Meyer admite sem qualquer relutância que a sedução tem também o seu lugar na argumentação, ao dizer que “a relação retórica consagra uma distância social, psicológica, intelectual, que é constringente e de circunstância, que é estrutural porque, entre outras coisas, se manifesta por argumentos ou por sedução” 99.

Curiosamente, há também quem deixe a sedução fora quer da retórica quer da persuasão. É o que faz Bellenger, no seu livro *La Persuasion* 100, onde depois de proceder à distinção entre persuasão dissimulada e persuasão manifesta - ligando a primeira ao estratagema do ardil, da sugestão ou dominação e a segunda, tanto ao que chama de persuasão “sadia” como à retórica - remete a sedução para o campo da incitação meramente espontânea, com base no carisma, no encanto, no prestígio e na fascinação, fora, portanto, da prática intencional calculada, que é própria da persuasão em geral. Recorrendo a um processo de subdivisões sucessivas, Bellenger como que procede, além disso, a uma depuração de todas as “impurezas” da persuasão, as quais, segundo o seu ponto de vista, são mais próprias do *estratagema* e, imagine-se, da retórica: a arte do desvio, a inteligência ardilosa, a sugestão, a dominação e o mito do chefe, no caso do estratagema, e os sofismas, as figuras do discurso e o condicionamento psico-linguístico, no que à retórica diz respeito. Não surpreende, assim, que no seu afã discriminatório, acabe por classificar como racional a persuasão “sadia” e como emocional, a retórica. Deve dizer-se, no entanto, que a sua concepção de retórica não resistiria ao mínimo confronto com os desenvolvimentos teóricos mais recentes, especialmente a partir de Perelman, de que este trabalho procura dar conta. Daí que a sua classificação das diferentes formas de influência redunde numa sucessão de equívocos, que vão desde o rigoroso enclausurar da sugestão no *estratagema* até à suposta purificação da racionalidade persuasiva, uma vez desligada de toda a “irracionalidade” da retórica.

Mas se chamamos aqui estes distintos modos de situar o lugar da persuasão face à retórica, foi unicamente para ilustrar a dificuldade, aparentemente incontornável, de se distinguir uma da outra. Aliás, ocorre mesmo perguntar se, ainda que tal fosse possível, daí resultaria algum benefício significativo para a compreensão do processo argumentativo. Esta interrogação parece ganhar ainda mais sentido quando vemos Breton fazer apenas a distinção entre a argumentação (enquanto meio poderoso de fazer partilhar por outrem uma opinião) e a violência persuasiva, o

recurso à sedução e à demonstração científica [101]. Aliás, considera que mesmo esta distinção é passível de algumas reservas, nomeadamente no que respeita à sedução, pois ela é muito menos simples do que parece. E explica porquê: "Uma das principais características das acções humanas é, com efeito, para além da sua complexidade, o facto de elas parecerem mobilizar sempre, de modo indivisível, toda a riqueza dos possíveis. Assim, raramente se encontram situações puras de sedução, nem situações puras de demonstração ou argumentação. Toda a história da retórica, a antiga 'arte de convencer', é atravessada pelo lugar que deve ocupar o 'agradar' ou o 'comover' relativamente ao estrito raciocínio argumentativo. Da mesma forma, a publicidade moderna, objecto complexo como ela é, deve a sua temível eficácia ao facto de jogar simultaneamente em todos os registos de convencer. Todos esses elementos estão muitas vezes inextricavelmente ligados. Seria, portanto, preferível descrever essas situações, segundo os casos, como predominantemente de sedução ou predominantemente de argumentação" [102].

Poderia Breton ter ido ainda mais longe, no sentido de incluir a sedução no contexto da própria argumentação? Inclinamo-nos para uma resposta afirmativa. Com efeito, sendo a sedução ou o encantamento um fenómeno intrinsecamente humano, não se vê como poderia a argumentação prescindir desse *registo de convencer*. Poderemos, aliás, formular uma segunda questão: será possível influenciar ou convencer alguém apenas pelo recurso à mais fria razão?

Ensina Perelman, ao distinguir entre demonstração e argumentação, que esta última só tem lugar quando não é possível "estabelecer uma relação entre a verdade das premissas e a da conclusão" [103] e, consequentemente, não dispomos de uma linguagem formal de natureza lógico-matemática que nos permitisse demonstrar o carácter necessário de uma dada solução. De resto, mesmo que, por mera hipótese, pudéssemos recorrer a um mecanismo de inferência puramente formal, ainda assim, do nosso interlocutor não se poderia nunca dizer que fora persuadido, pois os factos, as noções e as regras de raciocínio ou de cálculo constituintes da própria demonstração, tornariam automaticamente evidente o caminho a seguir, na direcção da única decisão certa possível. Estaríamos, portanto, perante uma situação em que a palavra e o conceito para que esta sempre remete seriam suficientes por si só para se imporem a uma outra *mente racional*. Sabemos, porém, que na argumentação a palavra ou, dito de outro modo, as premissas, as razões invocadas e as provas fornecidas pelo orador não têm a força nem o rigor do cálculo matemático, pelo que nunca poderiam conduzir à *evidência*, à necessidade ou à verdade única. Logo, diferentemente do que se passa na demonstração, a palavra da argumentação é uma palavra *fraca* e *insegura* que, à partida, legitima todas as dúvidas. Há então boas razões para daqui se inferir que se essa *fraca* palavra argumentativa (*logos*) ainda assim triunfa, é porque na específica situação de comunicação em que tem lugar, conta com um *quid* de afirmação que lhe é adicionado no momento em que se encontra com um e*thos* e com um *pathos* que se mostram favoráveis à sua aceitação.

Deste entendimento da persuasão pode, por isso, dizer-se que corresponde a um

descentramento dos elementos puramente intelectuais em favor de uma concepção de racionalidade não só mais abrangente como também mais humana, na justa medida em que radica na inquestionável unidade do pensar e do sentir. E se a razão é indissociável da sensibilidade, então, afastar da argumentação, o bem estar, o agrado, a sugestão e a sedução ou encantamento, só poderia redundar num exercício de purismo tão artificial como o de passar a beber água destilada às refeições. Corresponderia, além disso, a uma excessiva idealização dos factos retóricos ou argumentativos, susceptível de nos conduzir para uma argumentação que nunca existiu, que não existe e que, tudo leva a crer, nunca existirá.

Em coerência com a linha de raciocínio que seguimos até aqui, é então chegado o momento de propor um novo entendimento da persuasão discursiva, com base no alargamento do conceito de argumentação. E a hipótese que formulamos é a seguinte: a argumentação (ou retórica) - enquanto processo discursivo de influência - deita mão de todos os recursos persuasivos disponíveis e o raciocínio lógico ou quase lógico, a sugestão e até a sedução, não são senão diferentes e interligados modos dela se manifestar.

Testar esta hipótese e ao mesmo tempo indagar sobre o que pode levar alguém a modificar a sua opinião inicial, são os dois principais objectivos da incursão que a partir de agora faremos aos domínios da persuasão e da própria hipnose.

2.3. Critérios, tipologias e mecanismos da persuasão

Se o principal traço distintivo da comunicação persuasiva é o de visar a produção deliberada de certos efeitos previamente definidos, a primeira coisa de que precisamos para avaliar a sua eficácia é de um critério que nos permita determinar se tais efeitos ocorreram ou não. Para Perelman, esse critério, é, como já vimos, a adesão do auditório. Se este aderiu às teses que lhe foram apresentadas, a persuasão funcionou. Se as rejeitou ou se se manteve em silêncio, é porque a argumentação falhou o seu principal objectivo que é o de persuadir. Parece-nos, contudo, que esta maneira de olhar a persuasão é demasiado linear, algo simplista e por isso mesmo, insuficiente para nos dar conta da verdadeira natureza, extensão ou intensidade dos efeitos persuasivos, já que deixa por esclarecer o que é ou em que consiste o acto de aderir. Será um assentimento total ou parcial? Se a concordância do auditório incidir apenas sobre uma parte da tese poder-se-á afirmar que não houve persuasão? E quanto ao conteúdo da proposta, os efeitos persuasivos terão sido os mesmos quer quando respeitem à proposta inicial do orador quer quando obtidos apenas por uma versão final enriquecida (logo, alterada...) pelas sugestões do auditório? Finalmente, imaginemos um caso extremo em que não se verifique a respectiva adesão. Ainda assim, fará sentido afirmar que nenhuma persuasão teve lugar? O mínimo que se pode dizer é que este conjunto de questões parece pôr em crise a operacionalidade do conceito de adesão para determinar a eficácia do discurso persuasivo. Mas, por outro lado, ao dizê-lo, corremos provavelmente o risco de estar também a traçar um quadro demasiado negro para a

adesão perelmaniana. É que tudo depende do particular entendimento que tivermos do acto retórico ou persuasivo. Para os que o pensam em termos de competição entre dois adversários (orador e auditório), na disputa de um troféu a que só o vencedor tem direito, naturalmente que a rejeição de uma proposta ou solução inicial e até mesmo uma adesão meramente parcial, sempre hão-de ter o sabor de uma derrota. É o caso de quem procura a todo o custo dominar um auditório para impor os seus pontos de vista como se estes fossem irrebatíveis, iluminados ou, numa palavra, intocáveis. Para estes, certamente que só a adesão total funciona como critério de persuasão. Mas para quem veja a situação argumentativa como um encontro de subjectividades, mútua e solidariamente empenhadas em avaliar ou construir a melhor solução possível para um problema ou questão em aberto, sem abdicar do respeito pela liberdade de pensamento e expressão do outro e tendo sempre em conta a interrogatividade subjacente nas suas próprias respostas, qualquer que seja o resultado desse esforço conjunto, adesão total, rejeição ou adesão parcial às teses iniciais, será sempre um avanço positivo, o avanço possível na descoberta da melhor solução consensual. Para estes últimos, a adesão é sempre sinónimo de persuasão porque esta não é mais entendida como domínio de uma parte sobre a outra, mas sim como expressão da capacidade de acolher os melhores argumentos, independentemente destes últimos serem provenientes do orador ou do auditório. É o abandono da rigidez dicotómica orador-auditório, no quadro da qual, erradamente, se tende para cometer a função de persuadir ao orador e reservar para o auditório apenas a liberdade de se deixar persuadir ou não, em favor de um concepção retórica ou persuasiva onde o regime de livre alternância da palavra faz de todos os interlocutores potenciais persuasores e persuadidos. O objectivo da argumentação é agora chegar à solução que se revele mais adequada, quer esta coincida com a proposta inicialmente apresentada, quer se fique a dever aos posteriores desenvolvimentos trazidos pela respectiva discussão. A adesão pode assim manter-se como critério de eficácia de uma dada argumentação, na medida em que determina se se (todos) os efeitos pretendidos foram atingidos ou não, mas já não apresenta a mesma fiabilidade como indicador de persuasão. Basta pensar nas inúmeras situações em que o orador persuade o auditório apenas parcialmente ou num grau de intensidade que se revela insuficiente para levar a adesão. Um bom exemplo talvez seja o caso do vendedor que no final da entrevista com o cliente, verifica que a sua argumentação não produziu neste último o efeito esperado: levá-lo à decisão da compra. Isso não significa porém que nenhum efeito persuasivo tenha tido lugar. No decorrer da entrevista, ambos os interlocutores, vendedor e cliente, terão certamente trocado ideias e pontos de vista, que, enriquecendo o seu conhecimento mútuo, tendem a deixar marcas persuasivas mais ou menos estáveis. E são essas marcas persuasivas que uma vez *recuperadas* pelo vendedor na próxima visita ao mesmo cliente, podem vir a ser decisivas, dessa vez, para se *fechar negócio*.

Esta aparente incapacidade da adesão se constituir como critério revelador de toda a acção persuasiva abre caminho para uma primeira tipologia da persuasão, em função dos efeitos

produzidos: *persuasão total e persuasão parcial*, conforme o assentimento do auditório recaia sobre toda a proposta inicial ou apenas sobre uma parte da mesma; *persuasão imediata e persuasão mediata*, segundo os efeitos se manifestem logo na altura da argumentação ou somente em data posterior; *persuasão objectiva e persuasão subjectiva*, consoante se repercuta num comportamento público e observável ou se limite a meras (mas, por vezes, relevantes) modificações interiores aos sujeitos, predominantemente psicológicas. À luz desta classificação poderemos então dizer que a adesão perelmaniana surge como um importante indicador da persuasão total, imediata e objectiva, mas já o mesmo não acontece no tocante à persuasão parcial, mediata e subjectiva, onde se mostra praticamente inoperante ou mesmo inaplicável. Daí que a tarefa de persuadir nunca possa ser dissociada da maior ou menor habilidade para antever a reacção do outro, nem da perspicácia com que se avalia o efeito produzido. "O processo argumentativo é sempre realizado no concreto, nesta ou naquela situação, perante este ou aquele auditório, sendo impossível, *a priori*, definir as estratégias que vão ser efectivamente eficazes, ou saber antecipadamente que argumentos usar, como utilizá-los, como dispô-los, qual o momento certo para o fazer e que resultados se irão obter. A argumentação remete para o *contexto* e só este pode fornecer, caso a caso, as pistas que guiarão no desenrolar do processo argumentativo" 104. Por outras palavras, nenhuma estratégia de persuasão pode escapar a uma certa margem de imprevisibilidade e de *risco*. Não pode, pois, o orador guiar-se apenas pelos dois polos extremos da adesão ou da não adesão. Tem que procurar descortinar na reacção do auditório se a não adesão significa nenhuma persuasão ou persuasão parcial e, no caso desta última, estimar ainda o respectivo grau ou intensidade. Se os efeitos da persuasão não se concretizam imediatamente, avaliar da possibilidade e interesse duma eventual manifestação diferida. Se a persuasão não é observável ou visível - maxime no caso de total silêncio do interlocutor - inferir dos elementos não verbais todos os indícios que possam legitimar uma conclusão, ainda que hipotética. É neste ponto que a distinção da persuasão acima referida, com base na extensão, no tempo e na visibilidade com que se manifesta, pode revelar-se especialmente útil para o orientar, em cada fase do processo argumentativo, sobre a direcção a seguir e principalmente, sobre a necessidade ou não necessidade de aduzir mais argumentos.

Uma segunda tipologia da persuasão que apresenta também grande interesse, tanto do ponto de vista da sua investigação como ao nível da própria estratégia argumentativa, é a que pode ser traçada com base nos diferentes auditórios possíveis. O pressuposto aqui é o de que a particular relação interlocutiva aliada ao maior ou menor número de integrantes do auditório é um factor decisivo na escolha das mais adequadas técnicas ou modos de persuadir. Poderemos então falar de *persuasão pessoal* ou auto-persuasão, quando alguém avalia os argumentos por si próprio elaborados (deliberação íntima); *persuasão interpessoal* ou face a face, a que se dirige apenas a uma outra pessoa (pai-filho, vendedor-cliente, etc.) e *persuasão colectiva* **(**quando são múltiplos os destinatários da mensagem persuasiva). É nesta última que poderemos integrar a

persuasão de grupo, a *persuasão de massas* e, no limite, a *persuasão universal*, que corresponderia à noção perelmaniana de auditório universal. É certo que há nestes tipos de persuasão muitos elementos comuns, quer no plano comunicacional, quer no estrito nível da persuasão. Em primeiro lugar, todos eles são dirigidos a pessoas, onde a atenção, a percepção, a memória e a acção, jogam um papel fundamental quanto à possibilidade deste ou daquele estímulo nelas produzir a resposta pretendida. Em segundo lugar, em qualquer deles sempre está presente também, em maior ou menor grau, a influência da cultura, das expectativas sociais e da própria linguagem. Mas é inegável que cada um destes tipos de persuasão tem lugar em contextos muito distintos, que obrigam ao uso de meios e técnicas de persuasão específicas. Por exemplo, usar microfone para falar a um único cliente seria tão disparatado como falar sem ele para um auditório de várias centenas de pessoas. O mesmo se diga das confidências pessoais que num contacto *face a face* são não só possíveis como podem revelar-se até muito persuasivas, enquanto que numa palestra já será muito maior o risco de serem encaradas pela assistência como liberalidades excessivas e despropositadas do orador. Ainda no âmbito desta tipologia fundada nos diferentes auditórios possíveis, urge fazer, porém, uma segunda distinção de eminente interesse prático. Trata-se agora de distinguir a persuasão já não com base na particular relação interlocutiva para que somos remetidos em função do maior ou menor número de participantes, mas sim a partir da presença ou visibilidade do respectivo auditório. Depararemos assim com uma assinalável diferença entre a persuasão-interpessoal e persuasão de grupo, por um lado, e a persuasão de massas, por outro. É que nas duas primeiras, o número dos destinatários e até muitas das suas características pessoais são previamente observáveis (tanto no caso do cliente isolado, como nos participantes que enchem a sala de uma conferência) enquanto que na persuasão de massas, reina a maior anonimidade humana e social: o persuasor não *vê* o persuadido, pode apenas imaginá-lo. E daqui decorre, inevitavelmente, um maior grau de complexidade e incerteza no respectivo processo de persuasão, a começar pelas acrescidas dificuldades em conhecer e seleccionar as próprias premissas. Mas porque a eficácia do processo argumentativo não passa exclusivamente pelo reconhecimento das especificidades relacionais que caracterizam os diferentes tipos de auditório, seria necessário, antes de mais, ter uma ideia precisa do que é, afinal, a persuasão e dos mecanismos que asseguram a sua performatividade. Só que colocar a questão nestes termos leva a uma interrogação que permanece até hoje sem resposta unívoca e satisfatória: o que faz com que alguém mude a sua opinião inicial?

É a esta pergunta que inúmeros pesquisadores têm procurado responder, quer através de um persistente esforço reflexivo, quer pelo recurso à experiência e à experimentação. Os resultados concretos de cerca de cinco décadas de estudo e investigação, levados a cabo especialmente na área da psicologia social, estão, porém, longe de colher a aprovação geral. Fala-se mesmo de uma quase total ausência de progresso teórico na compreensão do fenómeno da persuasão e dela nos dão conta, entre outros, Marvin Karlins e Herbert I. Abelson, citados por

M. L. De Fleur: “apesar do extenso número de páginas escritas e dos inúmeros estudos empreendidos acerca da persuasão, muitos estudantes de comunicação vêem como algo impossível o sacudir de um certo sentimento de desassossego quando pensam que dispomos de um conhecimento muito pouco fiável e de escassa relevância social sobre a dita persuasão. Os lamentos relativos à nossa ignorância colectiva acerca da persuasão são já um tópico....” 105. É bem possível que esta visão tão céptica sobre os estudos do processo persuasivo se fique a dever, em grande parte, ao facto de não ter sido possível, até hoje, elaborar uma teoria unificada da persuasão. Como salientam Pio Bitti e Bruna Zani, embora a literatura neste campo seja muito vasta, quer no que respeita ao aprofundamento dos aspectos mais teóricos com base em diversos paradigmas explicativos, quer no tocante à recolha de dados empíricos acerca dos muitos parâmetros envolvidos no processo, “o resultado é um acervo muito heterogéneo de elementos que dificulta a tarefa de reconhecimento de uma direcção expositiva no labirinto das teorias e dos dados existentes” 106. Acresce que, segundo estes mesmos autores, para além das dificuldades criadas pela diversidade dos paradigmas em que se inscrevem, as numerosas pesquisas efectuadas têm sido “pouco entusiasmantes e, mesmo, marcados por contradições e superficialidades” 107. Ainda assim, parece manifestamente abusivo daí deduzir uma total ausência de progresso teórico, porque se não dispomos ainda de uma teoria que nos dê conta da multiplicidade de atitudes que estão por trás da adesão persuasiva, a verdade é que, como bem mostram Petty e Cacioppo, na sua obra *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approches*, “cada uma dessas aproximações teóricas contribuiram numa importante medida para o entendimento do processo de persuasão” 108. E de facto, apesar de, em alguns casos, os resultados da investigação experimental não terem ido muito além dos já obtidos por mera inferência empirica, foi não só possível identificar os principais factores envolvidos na persuasão como também, através do recurso a outras orientações teóricas, compreender melhor a complexidade e articulação da atitude considerada, bem como o tipo de reorganização cognitiva produzida pela respectiva modificação. Antes, porém, importa perceber porque razão a psicologia social tem encarado a comunicação persuasiva do ponto de vista da sua estrita ligação com a modificação das atitudes. Petty e Cacioppo justificam essa ligação de uma maneira muito clara. Não basta dizer que a persuasão representa uma tentativa de modificar o pensamento de alguém. É preciso ver também o que é que, especificamente, a tentativa de persuadir visa influenciar. E neste ponto, distinguem-se habitualmente três alvos possíveis: atitude, crença e comportamento. A atitude define um sentimento geral e estruturado, positivo ou negativo, acerca de determinada pessoa, objecto ou questão. Neste sentido, a expressão *a pena de morte é horrível* será um bom exemplo de atitude porque exprime um sentimento geral e negativo sobre algo, que, no caso, é a pena de morte. A crença, já se refere basicamente à informação que se tem sobre outra pessoa, objecto ou questão e poderia ser representada por uma afirmação do género de *a pena de morte é ilegal no meu país*. Quanto ao termo comportamento, ele representa uma categoria de *acção*

em aberto e pode ser ilustrada pela expressão *participei numa campanha contra a pena de morte*. Destaquemos aqui como particularmente relevante para o estudo da persuasão o facto da atitude, segundo Petty e Cacioppo, aparecer ligada a um *sentimento* geral enquanto a crença se circunscreve, basicamente, ao domínio da *informação*. É que, à luz de tal distinção, forçoso será reconhecer que mesmo quando o interlocutor não põe em causa o carácter lógico e bem fundado da nossa argumentação, isso não significa, por si só, que venha a aderir efectivamente à proposta ou ideia que lhe apresentamos. Para além da mera concordância intelectual é preciso igualmente suscitar-lhe o agrado, um sentimento favorável que lhe permita remover sem dor ou com a menor dor possível a atitude que até aí vinha adoptando e que, a manter-se, inviabilizaria o sucesso do acto persuasivo. Esse é o “segredo” do persuasor que não se contenta com a modificação de uma crença e prossegue na sua argumentação até conseguir igualmente a mudança da própria atitude.

Mas se as atitudes emergiram como principal foco dos pesquisadores de persuasão, foi, em grande parte, por se presumir que influenciam (quando não ditam mesmo) a orientação do comportamento, tornando assim este último mais ou menos previsível. Como os citados autores sublinham, constatou-se a existência de uma forte interligação entre crenças, atitudes e comportamentos, já que os princípios envolvidos pela modificação de atitudes são os mesmos que presidem à modificação de uma crença ou comportamento. Não surpreende, por isso, que as atitudes possam ser vistas como sumário condensado de uma larga variedade de crenças e, nessa medida, constituam uma parte muito importante da interacção social. Mas os investigadores da persuasão têm pelo menos mais duas boas razões para centrar a sua atenção nas atitudes. Em primeiro lugar, porque elas permitem aos outros uma estimativa ou previsão do tipo de comportamentos que estamos predispostos a assumir e fazem-no de um modo muito mais apurado do que tudo ou quase tudo o que lhes pudessemos dizer. Assim, por exemplo, se dizemos a alguém que *os filmes americanos dão mais realce ao entretenimento do que à mensagem* essa pessoa continuará sem saber se deve ou não convidar-nos a ir ao cinema. Mas se, ao invés, lhe dissermos *os filmes hoje em dia são tão maus e repugnantes que me dão vómitos*, aí já toda a dúvida e incerteza será removida da sua mente e seguramente que só por brincadeira ou provocação ousaria fazer-nos um tal convite. Ou seja, a atitude pessoal neutra (nem positiva nem negativa) nunca é tão afirmativa como a atitude polarizada ou extrema.

Uma segunda razão porque os investigadores da persuasão se orientam particularmente para as atitudes, prende-se com o facto destas últimas expressarem importantes aspectos da personalidade individual. Segundo Katz, citado por Petty e Cacioppo 109, são quatro os tipos de funções que as atitudes asseguram a uma pessoa: *função ego-defensiva -* atitudes que ajudam as pessoas a proteger-se das verdades desagradáveis para si próprias ou para aqueles que lhe são próximos; *função expressão de valor* – quando manter uma determinada atitude permite à pessoa expressar um valor importante; *função conhecimento* – atitudes que levam a pessoa a

entender melhor o que se passa à sua volta; finalmente, *função utilitária* – atitudes que ajudam a pessoa a ganhar recompensas ou evitar punições. Exemplos de atitudes ligadas a cada uma destas funções, seriam, respectivamente, os homens que por desprezarem os homossexuais reforçam os seus próprios sentimentos de masculinidade (função ego-defensiva), a pessoa que prefere o aquecimento através de painéis solares por o seu uso demonstrar uma preocupação pela conservação da energia (função expressão de valor), a constatação de que o não se gostar de uma pessoa favorece ou predispõe para melhor conhecer os seus actos mais reprováveis (função conhecimento) e por último, o empregado que adopta as atitudes do patrão antes de lhe ir pedir um aumento de salário (função utilitária).

Até que ponto esta classificação das diferentes funções psicológicas asseguradas pelas atitudes pode revelar-se importante para a escolha e implementação da melhor estratégia persuasiva? Poderemos dizer que há nela, sem dúvida, um certo artificialismo, pois na prática, nunca é possível isolar tão nitidamente cada uma das funções que a integram, seja pela falta de um rigoroso critério delimitador ou porque uma só atitude pode muito bem assegurar, simultâneamente, dois ou mais tipos de funções. Mas esse é, muito provavelmente, o preço a pagar pela maior operacionalidade analítica que esta classificação parece vir conferir ao estudo da persuasão. Além do mais, a simples tomada de consciência de tal limitação sempre permitirá ao sujeito persuasor uma reelaboração correctiva no momento em que tem de inferir as verdadeiras razões porque o seu interlocutor se mostra mais inclinado a aceitar ou a rejeitar os seus argumentos. Tomemos como exemplo o caso da *função conhecimento*: o facto de alguém a quem queremos influenciar se mostrar relutante em aceitar a nossa opinião sobre um qualquer acto praticado por uma terceira pessoa, pode ficar a dever-se muito mais à atitude geral negativa que o nosso interlocutor já possui sobre essa pessoa do que propriamente a um juízo particular sobre o isolado acto em causa, mesmo quando o seu comentário ou crítica se refira exclusivamente a este último. Nesse caso, continuar a fazer incidir a nossa argumentação exclusivamente sobre a diferença que aparentemente nos separa (ao nível da apreciação de tal acto) pode tornar-se no equivalente a "falar para as paredes" pois é a atitude que permanece oculta por detrás das palavras proferidas pelo nosso interlocutor a verdadeira responsável pela sua dificuldade em se deixar persuadir e não o motivo circunstancial que ele, eventualmente, nos verbalize. A atitude aparece assim estreitamentre relacionada com a motivação e, como vimos na definição que nos é dada por Petty e Cacioppo, tanto pode ser positiva como negativa. Logo, da mesma forma que uma atitude positiva sobre determinada pessoa, objecto ou questão predispõe para o conhecimento de actos, características ou aspectos directa ou indirectamente ligados a cada um desses seus três alvos, também uma eventual atitude negativa levará, regra geral, à situação inversa. Em síntese, se vemos melhor e mais facilmente aquilo que queremos ver, também conhecemos pior e com mais dificuldade aquilo que não queremos conhecer.

A compreensão dos mecanismos da persuasão passa, por isso, pelo reconhecimento da

importância que a modificação das atitudes assume na mudança do comportamento. Essa tem sido, pelo menos, a ideia base que tem presidido à generalidade das pesquisas experimentais sobre a persuasão. Mas como dar conta de um tão heterogéneo conjunto de investigações em que sobressaem diferentes e por vezes contraditórias opções em termos de perspectivas teóricas, planos e variáveis do acto persuasivo? Dentro da linha de raciocínio que temos vindo a desenvolver e reconhecendo a centralidade do *triângulo argumentativo*, de que nos fala Breton 110, no processo de persuasão discursiva, recorreremos ao critério de análise já seguido por Bitti e Zani que é o de considerar o contributo das diferentes pesquisas em função dos três parâmetros presentes em todos os modelos de comunicação na modificação de atitudes: a fonte, a mensagem e o receptor.

Asssim, do ponto de vista da fonte, os investigadores têm procurado determinar quais são os principais factores ligados à figura do persuasor que concorrem para a modificação de atitude do auditório, que o mesmo é dizer, para o sucesso da respectiva argumentação. Em lugar de grande destaque surge desde logo, a *credibilidade*, que, na linha de Carl Hovland e seus seguidores, é geralmente associada à perícia ou competência na matéria em questão, mas também à posição de prestígio social do persuasor e a outras características pessoais, nomeadamente de cariz ético, reconhecidas pelos respectivos interlocutores. A experiência-tipo consiste em apresentar aos sujeitos experimentais determinadas declarações sobre um certo tema, quer insertas em artigos de jornais ou revistas quer em gravações de discursos e atribuí-las a pessoas com alto ou baixo grau de credibilidade. O exemplo de que nos falam Bitti e Zani, é o de um caso de uma palestra sobre a desvalorização da moeda cuja autoria, ora era associada a um prestigiado e imparcial professor de economia ora a um empresário que iria ficar muito prejudicado nos seus negócios com tal desvalorização. O que se verificou foi que o auditório era nitidamente mais influenciado no primeiro caso do que no segundo, ou seja, confirmou-se que "uma comunicação é julgada de um modo mais favorável quando apresentada por um sujeito de maior credibilidade que quando apresentada por outro de credibilidade menor" 111. Bitti e Zani assinalam porém três reservas a esta conclusão que afastam a possibilidade da sua aceitação incondicional. Em primeiro lugar, dizem, há modificações quando um perito produz comunicações de carácter instrumental mas não quando ele fala de valores. Em segundo lugar, situações existem em que, mesmo nas questões de foro técnico, é mais influente um líder de opinião local do que um perito de fora. Finalmente, apesar de ser de esperar que um auditório se deixe influenciar mais facilmente por uma fonte tida por imparcial, há contudo provas empíricas que indicam o contrário.

A *atractividade* é um outro factor de influência na modificação das atitudes. Como dizem Petty e Cacciopo, dois comunicadores podem ambos ser reconhecidos especialistas numa dada questão, mas o facto de um ser mais simpático, mais apreciado ou fisicamente mais atractivo que o outro, confere-lhes diferentes graus de persuadibilidade. Foi isso mesmo que Chaiken (1979) procurou comprovar quando pediu a um grupo de estudantes - previamente seleccionado em

função das suas características físicas e da aptidão para comunicar - que efectuassem uma comunicação persuasiva aos seus colegas. A tarefa consistia em obter destes a resposta a um questionário de opinião e a assinatura de uma petição. No final, Chaiken constatou que os estudantes fisicamente mais atractivos foram mais persuasivos do que os comunicadores fisicamente menos atractivos. Subsiste, porém, a dificuldade de estabelecer quais as características do persuasor que podem ser tomadas como índices de atractividade, quer no plano da sua aparência física quer no da simpatia pessoal. Em que medida a atracção entre as pessoas deriva do respectivo aspecto físico? O que é uma pessoa atraente? É dificil, se não impossível, encontrar as respostas certas, além do mais, porque não se pode ignorar que tanto a atracção que tem por base o aspecto físico como a que se fica a dever à irradiação de uma particular simpatia manifestam-se sempre numa concreta dimensão relacional, através da adequação ou ajustamento das respectivas subjectividades, o que, só por si, afastaria toda e qualquer tentativa de apressada generalização. No mesmo sentido crítico vão Bitti e Zani quando, depois de acolherem a ideia de que a atracção entre as pessoas e, portanto, entre a fonte e o receptor, conduz a semelhanças de atitude, vêm, porém, dizer que, apesar da evidência de tal fenómeno, a verdade é que ainda "não se conseguiu definir com exactidão qual o tipo de semelhança que deve existir (no plano ideológico, ou social, ou mesmo simplesmente superficial) para influenciar as atitudes de um sujeito" 112.

A persuadibilidade da fonte, porém, não se joga apenas ao nível das características estritamente pessoais do persuasor, antes vai depender também das estratégias a que este recorra. Uma dessas estratégias - de resto, muito estudada experimentalmente - é a da administração de *recompensas* ou *punições*. E, porque aqui nos ocupamos tão somente da persuasão discursiva, ficar-nos-emos pela investigação que mais directamente lhe diz respeito, ou seja, a que se subordina ao condicionamento verbal das atitudes. Segundo Petty e Cacioppo, um grande interesse teórico por este tipo de condicionamento operatório surgiu a partir do momento em que Greenspoon (1955) levou a efeito uma experiencia na qual usou recompensas verbais para mudar aquilo que as pessoas deveriam dizer. Ele foi assim capaz de aumentar a frequência com que a pessoa usava um substantivo plural pronunciando simplesmente um "mm-hmmm" cada vez que o sujeito usava um. Hildum e Brown 113 formularam então a hipótese da assunção de atitudes poder ser condicionada da mesma maneira e resolveram testá-la junto dos estudantes de Harvard aos quais foi perguntado, telefonicamente, que atitudes tinham perante o sistema educacional de Harvard. O inquérito processou-se da seguinte forma: a metade dos estudantes inquiridos, o experimentador dizia "good" ou "mm-hmmm" cada vez que um estudante elogiava o respectivo sistema; à outra metade dos estudantes o experimentador dizia "good" ou "mm-hmmm" cada vez que um estudante criticava o dito sistema educacional. Os dois investigadores concluiram assim que os estudantes que tinham sido recompensados por dizerem bem do sistema fizeram mais comentários positivos acerca do mesmo que os estudantes que tinham sido

recompensados por dizerem mal.

A explicação deste resultado assenta na *teoria dos dois factores do condicionamento verbal* formulada por Insko e Cialdini [114] à luz da qual a recompensa verbal faz duas coisas: primeiro, fornece ao sujeito informação sobre a atitude do entrevistador e, segundo, diz-lhe quais as respostas que o entrevistador aprova ou aprecia e, consequentemente, quando o aprova ou aprecia a ele próprio. É a relação criada por este segundo processo que proporciona ao sujeito um maior incentivo para emitir a resposta *recompensável* e com a qual obtém consequências positivas (a implícita aprovação por uma outra pessoa). Como se pode ver, está aqui bem presente a ideia-base subjacente ao *condicionamento skinneriano* e que é a de que as pessoas tendem a agir para maximizar as consequências positivas (recompensas) e minimizar as consequências negativas (punições) do seu comportamento.

Mas os factores mais influentes na modificação das atitudes têm sido estudados igualmente ao nível da *mensagem* a transmitir, com particular ênfase nas caracaterísticas (racionais ou emotivas) dos conteúdos, na configuração estilística e nos aspectos directamente ligados à estrutura e ordem da comunicação. No que respeita à *emotividade*, por exemplo, a crença generalizada de que os discursos emotivos são mais eficazes do que os discursos lógicos ou racionais para modificar as atitudes, fez com que as mensagens ansiógenas, que "assustam" ou "angustiam" o indivíduo mediante explicitação das consequências desagradáveis (no caso de não se seguir os conselhos do sujeito comunicante), passassem a ser associadas a uma maior probabilidade de modificar a atitude. Com efeito, um pai que pretende motivar o seu filho para prosseguir os estudos pode ter mais êxito se lhe chamar a atenção para a dura vida que o esperaria se não concluisse o curso, tal como um vendedor de seguros experimentado não hesitará em fazer sentir ao cliente os potenciais riscos (ex: o perigo de um incêndio lhe devastar a habitação) a que ele se sujeitaria, se não contratasse o seguro que lhe é proposto. Em ambos os casos, a acção persuasiva centra-se mais no anúncio e *dramatização* das desvantagens que se seguiriam à eventual recusa da proposta do que na particular *valia* ou acerto da mesma. Algumas experiências vieram mostrar, contudo, que nem sempre sucede assim e que, em última análise, tudo depende do grau de ansiedade produzido: "as mensagens fortemente ansiógenas tendem para a ineficácia, pois fazem surgir suspeitas sobre as verdadeiras intenções da fonte, de tal modo que os sujeitos recorram a mecanismos de defesa, como a negação, para ignorar ou pelo menos atenuar a ameaça, ao passo que uma mensagem fracamente ansiógena produz um maior grau de modificação" [115].

A questão dos *estilos* poderem aumentar (ou reduzir) a persuasividade de um discurso foi igualmente submetida ao controlo de uma série de experiências cujos resultados parecem fazer luz sobre o que pode ser uma mensagem argumentativa eficaz. Referimo-nos ao facto de ter sido possível relacionar certas figuras de estilo e modos de expressão verbal com os particulares efeitos retóricos ou persuasivos que a sua utilização discursiva tende a provocar em qualquer

auditório. Verificou-se, por exemplo, que as frases curtas, perguntas retóricas, a paráfrase e a repetição, produzem *força e impacto directo* no receptor. A ironia, o humorismo e até certo tipo de propositados exageros, atraem a atenção das pessoas e conferem à comunicação mais vivacidade. A metáfora, por sua vez, contribui para uma maior intensidade do discurso, especialmente quando a concluir este último, por produzir "efeitos diferentes dos da expressão literal correspondente – e mais eficazes que eles –, influenciando os juízos sobre a credibilidade da fonte e especificamente sobre a sua competência, a sua fidedignidade e a sua objectividade" 116. Verificou-se ainda uma clara superioridade persuasiva da linguagem concreta sobre a linguagem abstracta, na medida em que a primeira, ao permitir uma relação directa e observável (ainda que imaginariamente) facilita a actividade de elaboração e compreensão da mensagem.

No que mais directamente diz respeito à estrutura e ordem da comunicação, foram também estudados alguns dos principais problemas que se colocam a todo o orador: como ordenar os diferentes elementos (ou partes) da mensagem? Que papel poderá desempenhar a apresentação conjunta de argumentos favoráveis e argumentos contrários, no contexto persuasivo? Deve o orador retirar e anunciar explicitamente as conclusões ou, pelo contrário, deixar essa tarefa ao auditório? Não foi possível ainda encontrar uma solução geral (e suficientemente testada) para cada um destes problemas. Comprovou-se, por exemplo, que a parte da mensagem que é transmitida em primeiro lugar tem, por vezes, maior efeito (*primacy effect*) que as seguintes mas a verdade é que nem sempre isso acontece. Já no que se refere à eficácia da comunicação foi possível verificar que os elementos "devem ser ordenados de maneira que sejam apresentados primeiramente os que tendem a suscitar no auditório uma necessidade e depois os que tendem a fornecer informação sobre o modo de satisfazer essa necessidade" 117. Quanto à apresentação conjunta de argumentos favoráveis e argumentos contrários à tese do orador trata-se de um método que parece apresentar a dupla vantagem de reforçar, por um lado, a imparcialidade e a competência de quem fala e por outro, de "tornar o receptor mais imune em relação a ulteriores tentativas de influenciá-lo" 118. Mas ainda assim, advertem Secord e Backan (1964), "os elementos favoráveis devem ser apresentados de tal maneira que determinem a aceitação do falante e da sua mensagem antes que o receptor seja exposto a comunicações em contrário" 119. Estas indicações, porém, não chegam a pôr em crise o método de apresentar apenas argumentos favoráveis que mantém a sua utilidade e eficácia num grande número de situações argumentativas. Hovland (1949) aliás, há muito estabelecera a necessidade de se recorrer a ambas as formas de argumentar, em função das particulares características do respectivo auditório, depois de ter chegado experimentalmente a uma conclusão deveras interessante: que a comunicação através de argumentos contrários é mais efectiva para as pessoas que estão melhor informadas sobre a questão em apreço e que inicialmente se opõem à respectiva proposta mas o mesmo já não sucede com aqueles que pouco sabem da questão e que inicialmente estão de acordo com o que lhes é sugerido, perante os quais a comunicação exclusivamente à base de

argumentos favoráveis se revela mais eficaz 120.

Um outro problema que se apresenta ao orador é o de, no final da sua argumentação, descobrir qual a melhor forma de tornar a conclusão verdeiramente persuasiva: apresentá-la explicitamente ao auditório, ou, pelo contrário, deixar que este a descubra pelos seus próprios meios? Temos aqui um confronto entre o método directivo e o método não-directivo, que Jaspars (1978) resolve a favor do primeiro ao sustentar que os estudos sobre a modificação de atitudes mostram que é mais eficaz a apresentação directa das conclusões ao receptor 121. As múltiplas variáveis que afectam o processo persuasivo alertam-nos, porém, também neste aspecto, para os perigos de uma visão demasiado simples ou redutora. Urge por isso ter sempre presente as condições concretas da persuasão, nomeadamente, as características particulares do auditório, pois como verificaram Hovland e os seus colegas, o que se passa, mais exactamente, é que se, em geral, o anunciar da conclusão pode incrementar a probabilidade do interlocutor compreender e reter os argumentos, já no caso especial dos receptores que são capazes de, por eles próprios, chegarem à conclusão, a probabilidade de reterem a mensagem e operarem a modificação da sua atitude será bem mais elevada. McGuire (1969) resume e explica deste modo a posição actual sobre o problema: “pode ser que se uma pessoa tira a conclusão por ela própria seja mais persuadida do que o seria se fosse o falante a fazê-lo por ela; o problema é que nas situações de comunicação mais usuais o sujeito é insuficientemente inteligente ou não está suficientemente motivado para tirar a conclusão por ele próprio e por isso, não capta o núcleo da mensagem, a menos que a fonte tire a moral da mesma por ele. Na comunicação, parece que não é suficiente conduzir o cavalo à água; alguém tem que puxar-lhe a cabeça para baixo e fazê-lo beber” 122.

Impõe-se, finalmente, um olhar sobre a persuasão, também do ponto de vista de quem recebe a mensagem. Entendemos, aliás, que praticamente tudo o que atrás ficou dito a propósito da fonte e da mensagem aplica-se igualmente à recepção, seu natural escopo, pois tanto as características persuasivas da fonte como as da mensagem só produzem efeitos graças à persuadibilidade dos respectivos destinatários. É habitual distinguir-se as múltiplas investigações realizadas neste campo em função das diferentes estratégias em que se inscrevem. Segundo a estratégia da personalidade, a probabilidade de ficar mais exposto à influência de uma comunicação persuasiva está directamente relacionada com determinados traços de personalidade. Logo, remete-nos para o estudo de variáveis tais como *inteligência*, *sexo* e, sobretudo, *auto-estima*. Ao nível da *inteligência* McGuire (1968) propôs um modelo de personalidade e persuadibilidade que veio clarificar muitas das pesquisas anteriormente realizadas. Segundo ele, a modificação da atitude é determinada em duas fases: numa primeira, pela recepção dos argumentos da mensagem, incluindo o processo de *atenção, compreensão e retenção;* numa segunda, pela *anuência* à própria modificação. Sucede que muitas vezes ocorrem efeitos opostos nessas duas fases. Por exemplo, os membros mais inteligentes de uma audiência podem compreender e recordar uma comunicação melhor do que os restantes membros, menos

inteligentes. Logo, poder-se-ia supor que a modificação de atitude seria tanto maior quanto mais inteligentes fossem as pessoas que constituissem a audiência. Só que a inteligência pode igualmente tornar os receptores menos predispostos à influência por serem mais confiantes nas suas próprias capacidades e, consequentemente, mais refractários a abandonarem a sua atitude inicial, o que atenua a modificação da atitude. Logo, mau grado a clarificação que o modelo de McGuire veio conferir à comprensão do papel da inteligência no processo persuasivo, o entendimento das relações entre os traços de personalidade e a persuadibilidade permanecia num certo impasse. Contudo, retomando o estudo dos efeitos relativos a cada uma das duas fases acima referidas, Eagly e Warren (1976), viriam a constatar que a inteligência surge associada à melhor compreensão e a uma (ligeira) maior anuência para com a mensagem complexa e, em contrapartida, a igual compreensão e menor modificação de atitude na mensagem simples. Conclui-se assim que o nível de complexidade da mensagem é determinante para se definir o papel que o factor inteligência pode desempenhar no processo de modificação de atitudes.

A variável *sexo* foi igualmente estudada, apontando os primeiros trabalhos para uma maior susceptibilidade das mulheres à persuasão. Uma das justificações era a de que, tendo as mulheres maior aptidão verbal do que os homens, seriam também capazes de compreender melhor os argumentos da mensagem e, consequentemente, ficariam mais receptivas à modificação das atitudes. Eagly (1974), porém, veio pôr tudo isto em causa já que dos estudos que visavam descobrir as diferenças de compreensão entre homens e mulheres não resultaram quaisquer provas que apoiassem uma tal posição. Na prática, porém, as diferenças entre homens e mulheres, ao nível da persuadibilidade existem, sem dúvida. A questão é a de determinar a que se ficam a dever. Ora, para Petty e Cacioppo 123, as duas explicações (sobre tais diferenças) que se mostram actualmente mais credíveis, são as seguintes:

Primeiro, as diferenças em função do sexo podem ser devidas aos papéis sociais para que as mulheres e os homens são educados: as mulheres socializadas para a cooperação e manutenção da harmonia social, o que as tornaria mais acessíveis ao acordo, enquanto os homens, socializados para serem assertivos e independentes, tenderão, naturalmente, a oferecer mais resistência à influência.

Segundo, as diferenças relativas ao sexo podem ocorrer porque a mensagem persuasiva em muitos estudos de influência versa sobre temas em que os homens estão muito mais interessados e mais conhecedores do que as mulheres (tópicos masculinos versus tópicos femininos). E, neste caso, as diferenças de persuadibilidade em função do sexo, podem muito bem ser uma consequência de ser mais fácil persuadir alguém que não tem muito interesse ou conhecimento sobre o assunto que está em discussão.

Se a primeiras destas duas explicações nos parece ter entretanto perdido grande parte do seu sentido, face ao cada vez maior esbatimento das diferenças sexuais na socialização actual, já

no que se refere à segunda, parece ser inquestionável a sua pertinência, por radicar num factor extremamente importante e decisivo em qualquer processo de persuasão: o grau de relevância pessoal que o assunto em questão possa ter para a pessoa a persuadir. Em todo o caso, trata-se de um factor que está presente em todos os actos persuasivos, independentemente dos seus destinatários poderem ser homens ou mulheres. Logo, apesar deste indicador centrado na maior ou menor relevância do tema se revestir de muito interesse para a compreensão e até para a operacionalização do processo persuasivo, a questão essencial das eventuais diferenças de persuadibilidade em função do sexo, permanece, contudo, em aberto.

O modelo de personalidade e persuadibilidade de McGuire permitiu também associar positivamente a *auto-estima* com a recepção da mensagem e negativamente com a anuência à modificação que a mesma sugere ou propõe. As pessoas com baixa auto-estima seriam por isso menos propensas a prestar atenção e a apreender os conteúdos da mensagem, mas, por outro lado, mais susceptíveis à comunicação persuasiva. Nisbett e Gordon 124 definiram mesmo uma relação entre a auto-estima e a modificação de atitudes com base na maior ou menor dificuldade de compreensão da mensagem, nos seguintes moldes: quando a mensagem é simples, as pessoas com moderada auto-estima mostram a maior modificação de atitude, mas quando a mensagem é complexa a maior modificação de atitude pertence às pessoas com alta auto-estima. Trata-se porém, uma vez mais, de uma indicação a seguir com alguma prudência, tanto mais que surgiram, entretanto, alguns estudos obedecendo a diferentes orientações teóricas, que vieram pôr em causa qualquer distinção dos efeitos persuasivos em função da compreensibilidade da mensagem.

Estudar a persuasão (e, desde logo, a persuadibilidade) em função da sua relação com a personalidade tem a vantagem de sublinhar a necessidade de se centrar a atenção no receptor quando o que está em causa é tentar perceber o que leva à modificação das atitudes. Mas a compreensão global dos mecanismos que asseguram tal modificação, requer a consideração de diferentes perspectivas de análise. Daí o recurso a outras estratégias de abordagem, como a *estratégia da motivação* e a das *respostas cognitivas*. Relativamente à primeira, o maior relevo vai para a famosa *Teoria da dissonância cognitiva*, de Festinger (1957), que procura dar conta do processo de modificação das atitudes, numa perpectiva internalista que vai muito para além das determinações da personalidade. Festinger descreve a dissonância como sendo essencialmente um estado de motivação que fornece energia e direcção ao comportamento. Não hesita por isso em fazer a analogia com o que se passa com a fome: “just as hunger is motivating, cognitive dissonance is motivating” 125. Isto é, a dissonância cognitiva faz aparecer uma actividade orientada para a redução ou eliminação dessa dissonância e o sucesso na sua redução ou anulação é a recompensa, no mesmo sentido em que o é, igualmente, o comer quando se está com fome. Dito de outro modo, se detectamos alguma incoerência nas nossas atitudes ou crenças ou comportamento, experimentamos um certo estado de dessassego (dissonância

cognitiva) que se converte num impulso dirigido para a reposição do nosso equlíbrio psicológico. Logo, para reduzirmos ou anularmos essa dissonância cognitiva temos que fazer algo. E Festinger sugere três modos possíveis de se reagir à dissonância: primeiro, a pessoa muda um dos elementos para tornar os dois elementos mais consonantes. Por exemplo, o fumador que toma consciência de que o fumo prejudica gravemente a saúde pode parar de fumar e assim, mudando o elemento comportamental, elimina a dissonância entre as cognições de conhecimento *eu fumo para gozar a vida* e *fumar pode causar-me a doença e uma vida miserá*vel. Sabe-se, contudo, como em muitos casos as pessoas experimentam sérias dificuldades em alterar este elemento do comportamento. Segundo, a pessoa pode reduzir a mesma dissonância, pela adição de cognições consonantes. É o caso do fumador, que a despeito da evidência de que o fumo provoca graves doenças, resolve fazer uma pesquisa de informação que ponha em causa a validade científica dessa conclusão. Por último, a pessoa pode reduzir a dissonância cognitiva relativizando a importância de tais cognições, como o faz o fumador que se convence a si mesmo de que o prazer que o cigarro lhe dá é muito superior ao risco que constitui para a sua saúde. Estes são os três modos que, segundo Festinger, levam à redução da dissonância. Resta dizer que, em princípio, será seleccionado aquele que menos resistência oferecer à respectiva modificação de atitude.

Quanto à estratégia das *respostas cognitivas* ela centra-se ainda no receptor e nos processos cognitivos que fazem a mediação das suas reacções às comunicações persuasivas. Está agora em foco o papel do pensamento no processo de persuasão e na modificação da atitude. O pressuposto-base desta estratégia é o de que os pensamentos que as pessoas elaboram por si mesmas podem ser tão ou mais efectivos na produção de uma mudança de atitude do que as próprias mensagens que lhes chegam do exterior. O processo é descrito deste modo por Petty e Cacciopo: "quando uma pessoa antecipa ou recebe uma comunicação persuasiva, tenta relacionar a informação contida na mensagem (ou na esperada mensagem) com o conhecimento pré-existente que ela tem acerca do assunto em causa. Ao fazer isto, estará a considerar uma substancial quantidade de informação que não se encontra na comunicação em si mesma. Estas adicionais respostas cognitivas auto-elaboradas (pensamentos) podem concordar com as propostas feitas pela mensagem, discordar ou serem inteiramente irrelevantes para a comunicação" [126]. Por exemplo, quando o Primeiro-Ministro anuncia que vai aumentar os impostos para resolver a situação financeira da Segurança Social e garantir o pagamento de reformas mais dignas, as pessoas podem pensar para elas próprias: "Mas que excelente ideia! Até que enfim que vamos ter uma boa reforma!" ou "Que estúpido! Já pagamos impostos a mais!". O que a *teoria das respostas cognitivas* sustenta, é que este tipo de cognições eleitas pela pessoa no momento em que recebe a mensagem, determinarão a intensidade e a direcção da modificação de atitude produzida. Logo, na medida em que a comunicação evoque respostas cognitivas de apoio (pró-argumentos ou pensamentos favoráveis), a pessoa tenderá a concordar e

a aderir ao conteúdo da mensagem. Se tais respostas cognitivas forem antagónicas (contra-argumentos ou pensamentos desfavoráveis) a tendência será para discordar da mensagem.

Acabamos de nos referir a algumas das principais orientações teóricas que estão por trás das sucessivas investigações sobre o fenómeno persuasivo. Cada uma com os seus méritos próprios, mas também, por vezes, com evidentes limitações, tanto ao nível dos resultados obtidos como no que concerne às respectivas metodologias de pesquisa. O que é curioso, no entanto, é que, apesar de muitas dessas diferentes aproximações à persuasão competirem entre si na interpretação dos resultados de uma particular experiência, nenhuma delas foi até hoje completamente abandonada, verificando-se antes, isso sim, uma cada vez maior tendência para restringir os seus domínios de aplicação. Não podemos, por isso, terminar esta incursão ao estudo experimental da modificação de atitudes, sem fazer uma breve referência ao "quadro geral de entendimento" elaborado por Petty e Cacioppo, através do qual estes dois autores procuram fazer uma síntese da maioria dos conceitos presentes nas inúmeras investigações já realizadas.

Petty e Cacioppo defendem que embora tais investigações difiram nos nomes, postulados e particulares efeitos que procuram explicar, podem ser pensadas como correspondendo a duas vias únicas para modificar a atitude. Uma primeira, a que chamam *via central* que enfatiza a informação que a pessoa tem sobre a atitude, objecto ou questão em causa. Teremos aqui um processo de persuasão acentuadamente racional, em que o receptor atenta nos argumentos da mensagem para os compreender e avaliar. Alguns argumentos conduzi-lo-ão para pensamentos favoráveis enquanto outros lhe suscitarão contra-argumentos. Uma segunda via para a modificação da atitude, pelos mesmos autores designada como *via periférica*, consistirá no recurso a outros factores de persuasão tais como administração de recompensas ou punições e as inferências que a pessoa retira sobre os motivos pelos quais o falante argumenta em favor de determinada posição. Esta segunda via para a persuasão já não passa predominantemente pelo pensamento e reflexão: se a mensagem é associada a uma sensação agradável ou a uma fonte atractiva ou credível, ela é aceite; se a mensagem coloca o sujeito numa posição demasiado discrepante, é rejeitada. Ou seja, o receptor toma consciência da sua própria resposta comportamental ou fisiológica e daí infere qual a atitude que *tem que* assumir. À primeira vista, parece que a diferença entre estas duas vias de persuasão, poderia ser assim definida: a primeira é racional ou lógica e a segunda não é. Mas Petty e Cacioppo advertem que tanto os pensamentos favoráveis como os contra-argumentos que a pessoa elabora em resposta à mensagem não necessitam de ser estritamente lógicos ou racionais. Basta que façam sentido para a pessoa que os elabora 127.

Essa diferença, dizem os autores, tem mais a ver com o alcance da mudança de atitude que se fique a dever ao *pensamento activo* sobre a informação relevante fornecida pela mensagem quanto à atitude, questão ou objecto considerados. Assim, na *via central*, o pensamento sobre a *informação* relevante para a questão em apreço é o que mais directamente determina a direcção

e intensidade da mudança de atitude produzida. E é nesta via que recai toda a persuasão que resulta do pensamento acerca da questão ou dos próprios argumentos em causa. Já na *via periférica*, a mudança de atitude fica a dever-se aos *factores e motivos* inerentes à persuasão que se mostram suficientes para levar a uma mudança da atitude inicial *sem que seja necessário qualquer pensamento activo sobre os atributos da questão ou assunto em apreço.* Tais factores e motivos são de natureza diversa mas podem consistir, por exemplo, no associar a posição que se defende a outras coisas sobre as quais o receptor já tem um sentimento favorável (tais como o alimento, o dinheiro ou o prestígio), em atribuir a autoria de uma afirmação ou declaração a uma fonte especializada, atractiva ou detentora de poder, ou no expôr a causa somente depois de ter apresentado uma série de outras causas menores a que o receptor não dê grande importância, para que em comparação possa parecer menos má ou melhor.

Qual destas duas vias é de mais fácil implementação? Quando deveremos optar por uma ou por outra? Petty e Cacioppo concluem que a *via central* é a mais difícil forma de modificar as atitudes, dado, sobretudo, a dificuldade de se construir mensagens altamente persuasivas. É que *se os argumentos inventados não forem irresistíveis*, as pessoas poderão contra-argumentar. Por outro lado, *se forem irresistíveis mas demasiado complexos* para serem inteiramente compreendidos, os destinatários deixar-se-ão guiar mais pela sua atitude inicial do que pelos próprios argumentos. A esta dificuldade, aliás, junta-se igualmente o facto da informação apresentada ter que provocar no sujeito respostas cognitivas favoráveis à aceitação do que lhe é proposto, bem como a necessidade do receptor estar não só habilitado como também motivado para compreender o conteúdo da comunicação. É, aliás, no campo da motivação que se situa o principal problema a resolver, sempre que o esforço persuasivo incida exclusiva ou basicamente sobre a força dos respectivos argumentos: como motivar alguém a prestar atenção e a pensar sobre o que temos para lhe dizer? Tudo isto faz com que em certos casos, a *via central*, que aposta na atenção e compreensão da mensagem, tenha que ser preterida em favor de uma persuasão *via periférica*, que não exige um nível tão acentuado de *pensamento activo* nem incide sobre informação relevante para a compreensão da questão em aberto. Segundo o *quadro geral de entendimento* proposto por Petty e Cacioppo para a compreensão da modificação de atitudes, saber então quando se deve optar por uma ou outra destas duas vias de persuasão é uma questão que só pode ser resolvida em concreto, conhecidos que sejam a força dos argumentos e a capacidade de elaboração do auditório: se é alta a probabilidade de elaboração por parte do receptor e se os argumentos são persuasivamente fortes, a *via central* pode ser a melhor estratégia a seguir; se, pelo contrário, é baixa a probabilidade de elaboração e os argumentos são fracos, nesse caso, a melhor estratégia será o recurso à *via periférica*

Por muito sedutora que seja esta proposta de Petty e Cacioppo, não parece possível isentá-la de alguns reparos, nomeadamente, quando confrontada com o conceito de persuasão crítica que vimos sustentando, ao qual, em nossa opinião, não se ajusta. É o caso, por exemplo, da

excessiva generalização empreendida pelos respectivos autores, que, na ânsia de uma grande síntese, viram-se forçados a deixar de lado muitas das particularidades de cada uma das diferentes investigações, teorias e situações persuasivas que lhes serviram de referência. Foram assim conduzidos, em nome de um único e algo arbitrário princípio unificador – o *princípio do pensamento activo* – à separação entre a persuasão que enfatiza a informação de que o receptor dispõe sobre a questão em aberto (*via central*) e a persuasão que se orienta e rege por factores e motivos que parecem não possuir qualquer relevância informativa ao nível da apreciação da causa (*via periférica*), tais como sublinhar a credibilidade do comunicador ou as consequências da não adopção da solução proposta, a administração de recompensas e punições, a atractibilidade da mensagem ou da sua apresentação e um muito vasto leque de técnicas ou procedimentos persuasivos mais virados directamente para a decisão ou acção do receptor do que para a sua compreensão da respectiva mensagem. O resultado foi o agrupar em cada um dos lados (*via central* e *via periférica*), distintas investigações cuja autonomia e diversidade tendem a passar despercebidas quando classificadas apenas em função da *informação relevante* sobre a questão em apreço

Por outro lado, independentemente dessa falta de homogeneidade teórica no interior de cada uma das referidas vias de persuasão, o critério subjacente à classificação dicotómica de Petty e Cacioppo levanta alguns problemas de difícil solução, a nível interpretativo. Que devemos entender por informação relevante para a compreensão da mensagem? A informação pré-existente no receptor sobre o assunto em causa ou a que lhe é fornecida pela própria mensagem? E a sua relevância deverá ser apreciada em termos objectivos e universais, ou pelo contrário, avaliar-se-á segundo as necessidades próprias de cada auditório?

Finalmente, uma questão relacionada com os limites ético-filosóficos da persuasão. Referimo-nos exactamente à pretensa autonomia da *via periférica* nos moldes em que os autores a deixam entender, nomeadamente, na afirmação com que terminam o seu livro: "se os únicos argumentos disponíveis são fracos ou se a probabilidade de elaboração é baixa, então a via periférica será a estratégia mais indicada" 128. É que, de acordo com a orientação que temos vindo a desenvolver, o que parece mais indicado quando os argumentos são fracos é, simplesmente, não argumentar. Se nós próprios reconhecemos a fraqueza dos argumentos, que legitimidade teríamos para tentar influenciar o nosso interlocutor? É certo que, em alguns casos, para persuadir alguém sem qualquer infracção ética, não precisamos sequer de acreditar nas razões que lhe expomos, de reconhecê-las como suficientemente fortes para nos convencerem, bastando que tenhamos a convicção íntima de que são boas para essa pessoa ou por ela vistas como tais. De facto, contrariamente ao pensamento comum, nem sempre é rigorosamente necessário que o vendedor *acredite* no seu próprio produto. Basta-lhe a convicção de que há pessoas (clientes) para quem esses produtos são, na verdade, a melhor solução, dado o seu particular quadro de crenças e valores. Isto quer dizer apenas que a avaliação da força dos

argumentos não pode deixar de ter em conta o perfil dos destinatários da persuasão. Outra coisa é admitir que a persuasão se pode ficar pela dita *via periférica*, ou seja, prescindir da informação necessária para a apreciação do mérito da questão. Fazê-lo, seria incorrer na manipulação mais grosseira do auditório, um pouco à semelhança do ilusionista que chama a atenção sobre a mão vazia só para esconder o que tem na outra, que mantém fechada. A persuasão discursiva que está no centro da nova retórica reparte-se pelo *ethos*, pelo *logos* e pelo *pathos* mas não prescinde de uma dimensão crítica fundada na ética da discutibilidade. Impõe-se, por isso, reconhecer o primado da *via central* em todo o acto persuasivo, embora sem menosprezar o importante papel que a *via periférica* pode desempenhar para a ele se aceder. Deste modo, poderemos encarar estas duas vias como complementares em vez de alternativas, pois a inserção humana e relacional de todo o processo de persuasão fatalmente leva a que, em maior ou menor grau, ambas estejam sempre presentes.

2.4. O modelo hipnótico da persuasão

Parecerá surpreendente ou até despropositado chamar a hipnose a um estudo sobre a retórica - enquanto técnica de persusão discursiva - principalmente quando se pretende privilegiar a sua dimensão crítica. É que o simples enunciar da palavra *hipnose* pode remeter-nos, tão somente, para um cenário de submissão, de interrupção dos processos lógicos e enfraquecimento da vontade de um sujeito (hipnotizado) que sucumbe à manipulação mais ou menos autoritária de outro (hipnotizador). A hipnose estaria pois nos antípodas da nova retórica, pelo que a pertinência da sua convocação resumir-se-ia, quando muito, a uma utilidade meramente comparativa. E ainda assim, apenas para ilustrar o que a retórica não é, nem deve ser.

A hipótese que aqui queremos formular vai, porém, num outro sentido. Funda-se na convicção de que, sob o ponto de vista da relação com o outro, logo, ao nível comunicacional, entre retórica e hipnose as diferenças serão mais de grau ou intensidade do que de natureza. Esta afirmação carece, no entanto, de um prévio esclarecimento sobre a particular acepção de hipnose 129 que aqui acolhemos. Por um lado, porque até ao momento, “não existem teorias exaustivas que expliquem a hipnose.Todas as teorias são parciais. Cada uma fornece uma explicação a um certo nível” 130 e por outro, porque mesmo no domínio terminológico, subsistem distinções cuja relevância varia de autor para autor 131. Subjacente a esta falta de unidade teórica sobre a hipnose, está uma questão que permanece por resolver: a de saber se o estado hipnótico “contém algo de específico ou unicamente os elementos introduzidos pelo hipnotizador” 132. Para uns 133, a hipnose não é mais do que sugestão. Para outros, é de admitir “a existência específica de um estado hipnótico assente sobre uma base quase orgânica”, 134 chegando Chertok a defini-lo como um “quarto estado do organismo, actualmente não objectivável (ao inverso de três outros: a vigília, o sono, o sonho): uma espécie de potencialidade natural, de dispositivo inato....” 135. Seja, porém, qual for o desfecho desta polémica, notemos que ela se

centra muito mais sobre a *causa primeira* da hipnose do que nas condições e factores que lhe dão origem, para além de igualmente não questionar a positividade dos seus efeitos. Estes últimos viriam mesmo a ser devidamente certificados, em 1959, quando a *Comissão* da *British Medical Association* estabeleceu a seguinte definição:

> [A hipnose é] ...um estado passageiro de atenção modificada no sujeito, estado que pode ser produzido por uma outra pessoa e no qual diversos fenómenos podem aparecer espontaneamente ou em resposta a estímulos verbais ou outros. Estes fenómenos compreendem uma modificação da consciência e da memória, uma susceptibilidade acrescida à sugestão e o aparecimento no sujeito de respostas e ideias que não lhe são familiares no seu estado de espírito habitual 136.

Se atentarmos bem nesta insuspeita definição, não poderemos deixar de descortinar uma assinalável semelhança entre a descrição nela contida e o que em grande parte se passa no processo de persuasão inerente a toda a situação retórica. É que, como diz Mambourg, “toda a interacção entre duas pessoas conduz a uma modificação do estado de consciência e a respostas diversas e imprevisíveis como o riso, o choro, a cólera, a empatia, os envolvimentos públicos ou secretos, o sofrimento, o prazer, etc.” 137. Tal modificação, no entanto, varia de intensidade conforme o contexto, o tipo de relação e os efeitos visados em cada situação interaccional. O que equivale a dizer que “certos tipos de relações interpessoais provocam um estado de consciência modificada mais profundo do que outros. É o caso de situações onde a relação é notoriamente complementar: relações pais/filhos, patrão/empregado, juiz/arguido, comandante/soldado e, entre outras, a relação médico/paciente” 138. A relação orador/auditório não pode pois deixar de ser igualmente compreendida à luz da modificação do estado de consciência que nela e por ela se opera, ainda que sem a profundidade que caracteriza a relação hipnotizador/hipnotizado. Neste sentido, o acolhimento da definição avançada pela *Comissão* da *British Medical Association*, constitui, por si só, um primeiro enquadramento da nossa hipótese na similitude estrutural e figurativa em que pensamos a retórica e a hipnose. Mas a afirmação de que as diferenças entre uma e outra serão mais de grau ou intensidade do que de natureza, ganhará em rigor e possibilidade de aplicação prática, se a fizermos incidir fundamentalmente sobre a fase do processo hipnótico em que o sujeito permanece no estado de vigília. Ou seja, aquele maior ou menor lapso de tempo que decorre entre o início da chamada indução hipnótica e o “mergulhar” no estado de hipnose. Porque é aí que se joga o sucesso ou o fracasso da sessão hipnótica, que a eficácia das técnicas usadas pelo hipnotizador será submetida à prova de fogo, que a força persuasiva dos seus “argumentos” ditará ou não a “adesão” do paciente. É verdadeiramente nessa fase que a hipnose se mostra passível de confronto com a situação persuasiva em que tem lugar a retórica. Pela simples razão de que para que se possa falar de persuasão será sempre necessário que se verifique uma condição: que a pessoa a quem queremos persuadir não esteja já (por sua própria iniciativa) na disposição de pensar o que pretendemos que pense ou de agir como intentamos que aja. Não persuadimos a caminhar quem já se encontra a fazê-lo ou com predisposição para o fazer. E, por conseguinte, também não podemos falar de persuasão a partir

do momento em que o sujeito está hipnotizado, pois aí, o natural enfraquecimento das suas defesas psíquicas e físicas leva a uma anormal redução da capacidade crítica que mantém habitualmente no estado de vigília. Nesse estádio da hipnose, o sujeito já está *predisposto* para aceitar a sugestão, para a pôr em prática sem a submeter ao crivo do seu raciocínio, pelo menos nos moldes em que o faria antes da respectiva indução hipnótica. É certo que algumas situações retóricas, nomeadamente, as mais emotivas e, em especial, quando lideradas por oradores virtuosos, podem, por vezes, dar origem a estados de passividade ou mimetismo do auditório (ainda que não intencionalmente provocados). A verdade, porém, é que o grau ou intensidade da redução de capacidade crítica que daí deriva, é incomensuravelmente inferior ao que se observa em qualquer estádio de hipnose média ou profunda 139. Daí que restrinjamos o campo de aplicação da nossa hipótese à fase da indução hipnótica, onde o sujeito, partindo do estado de vigília (tal como na retórica), isto é, de uma situação em que mantém o seu livre raciocínio, passa por um estádio intermédio de sugestibilidade aumentada e, finalmente, "cai" em hipnose. O facto de o método de sugestão verbal ocupar um lugar de grande relevo entre as diversas técnicas de indução hipnótica, só vem confirmar que, na retórica como na hipnose, é visível a centralidade de um processo de comunicação cujos mecanismos e efeitos podem ser compreendidos à luz de uma *grelha* analítica comum: a tríade aristotélica *ethos-logos-pathos*. Para tanto, basta que substituamos o orador pelo hipnotizador, a argumentação retórica pela indução hipnótica (verbal) e o auditório pelo paciente. Ao triângulo da argumentação suceder-se-á assim o triângulo da hipnose.

A adesão como critério de eficácia, a adaptação ao auditório (ou paciente), o uso da linguagem, a forma de dizer, o encadeamento de ideias ou argumentos intimamente solidários entre si, a ordem da sua apresentação, o efeito de presença e as figuras de estilo, são apenas alguns dos inúmeros critérios e recursos preponderantes tanto no discurso e na acção do orador como do hipnotizador. Mas é sem dúvida ao nível do *ethos* que a afinidade entre ambos melhor pode ser estabelecida, porque tal como sucede na retórica, o poder de influência do hipnotizador não deriva nunca exclusivamente das técnicas que usa. A condição primeira da sua força persuasiva advém-lhe do seu carácter, ou, melhor dizendo, do carácter que revela, do modo como se torna digno de confiança e das qualidades que o paciente nele possa reconhecer. E se a credibilidade do orador retórico joga um papel decisivo no processo de persuasão - na medida em que, por si só, desperta ou justifica a atenção do auditório e nele faz emergir um sentimento de confiança moral e técnica nos seus argumentos - por maioria de razão, terá que estar presente na indução hipnótica. É que, diferentemente do que se passa na retórica, onde o sujeito é persuadido, basicamente, a imprimir uma diferente direcção ao seu raciocínio e à sua decisão, na hipnose, a adesão do paciente incide sobre o progressivo abandono ou redução da sua própria capacidade de raciocinar e de decidir autonomamente. Logo se vê, então, como embora orientadas para um objectivo geral comum – a modificação de atitudes e comportamentos –

retórica e hipnose correspondem, no entanto, a processos de influência de diferente grau ou intensidade, ao nível da acção sobre o outro. Processos que nem sempre é fácil distinguir por ser praticamente impossível eleger um critério objectivo e inequívoco para estabelecer com segurança se, em dado momento, o sujeito se encontra ou não sob influência hipnótica. Ora é justamente este ponto que pretendemos realçar - a inexistência de uma rigorosa fronteira entre os dois fenómenos. De um lado, a retórica, em que o predomínio da discutibilidade crítica é inseparável do registo de sensibilidade em que se inscrevem os estados emocionais do auditório. Do outro, a indução hipnótica, cuja focalização sensorial e subjectiva reduz, mas não chega nunca a anular, a capacidade de raciocínio do paciente (nem mesmo no mais profundo estádio hipnótico), pois, de outra forma, ele ficaria sem poder compreender e agir em conformidade com as sugestões do hipnotizador. Confirma-o D.-L. Araoz, citado por Yves Halfon, quando destaca que "o hipnoterapeuta põe o acento sobre a imagem e não a razão; sobre a sensação e não a lógica; sobre o afecto e não a compreensão, se bem que a razão, a lógica e a compreensão não sejam totalmente negligenciados na hipnose" 140.

A mesma indeterminação ou ambiguidade pode ser detectada ao nível da linguagem e demais recursos persuasivos, pois a estreita vizinhança das técnicas discursivas presentes tanto na retórica como na hipnose leva a que, em cada uma, seja frequente a utilização de procedimentos mais conotados com a outra. É o caso, por exemplo, da metáfora. Tradicionalmente associada à retórica, ela surge também como recurso hipnoterapêutico tão valioso que Bertoni, psiquiatra e investigador associado ao *Grupo de investigadores sobre comunicações,* da Universidade de Nancy, não hesita em dizer: "nada melhor do que a metáfora permite esclarecer-nos sobre as crenças, os desejos, as intenções que presidem às relações que o paciente mantém com o mundo..." 141. A utilização da metáfora na hipnose vai, contudo, muito para além desta sua função hermenêutica. O facto de a indução hipnótica se apoiar num específico uso da linguagem que, seguindo a terminologia de Austin, poderemos descrever como uma série de actos perlocucionais, faz com que o dizer do hipnotizador se assuma, ao mesmo tempo, como um fazer, um actuar sobre a radical interioridade do paciente, que o mesmo é dizer, sobre a esfera mais básica e essencial da sua vivência. Além disso, o discurso do hipnotizador, os seus comandos, as suas sugestões, apelam para o *novo*, para uma mudança cujos efeitos são por ele antecipadamente anunciados, mas que o paciente verdadeiramente só reconhecerá depois de os experienciar. E é esta remissão para o domínio do *vivo* e do *novo* que a expressão literal se mostra incapaz de efectuar. Ora, como se sabe, a metáfora acrescenta sempre um *mais* de sentido do que o faria a correspondente expressão literal, já que, como refere Innerarity , ela "mostra o indizível enquanto indizível na sua radical singularidade" 142.

Um segundo exemplo tem a ver com as técnicas de focalização da atenção inerentes à hipnose que, embora sem a mesma intensidade, se revelam também muito úteis, quando não, imprescindíveis, na recepção dos argumentos proferidos pelo orador. Com efeito, o que a

indução hipnótica põe em marcha não é outra coisa senão uma redução do campo de consciência do paciente, que, partindo de uma situação inicial de vigília em que a sua atenção se encontra dispersa por tudo o que ocorre à sua volta, é levado a concentrar-se cada vez mais em si mesmo e na relação que mantém com o hipnotizador. E são dois os principais efeitos que daqui decorrem: "por um lado, a imobilidade do corpo que fica indiferente a todos os estímulos exteriores para além da voz do terapeuta, por outro, uma vivacidade da atenção do sujeito a tudo o que se passa nele e por ele, ligada à possibilidade de uma proliferação imaginária" 143. Dá-se assim uma focalização da atenção que, sendo particularmente intensa no caso da hipnose, nem por isso deixa de estar igualmente presente, como diz Cudicio, "em outros tipos de interacções que têm por fim influenciar ou convencer. O orador que se dirige aos seus auditores, olha-os, interpela-os, serve-se dos seus motivos de preocupação para melhor destacar quaisquer pontos de vista que, em seguida, lhe servirão de base para modificar, segundo a sua conveniência, as posições e os sinais daqueles que o escutam" 144. Descobrir o que mais preocupa o auditório, aquilo a que atribui mais significado, interesse ou valor, insere-se numa estratégia que visa prender a sua atenção, despertando-lhe o desejo de escutar o que o orador tem para lhe dizer. O que constitui uma condição prévia da argumentação a que nenhum orador se pode furtar, pois como diz Perelman, "é preciso que um discurso seja escutado" 145 para que possa ter lugar o contacto de espíritos entre orador e auditório, próprio de toda a relação retórica. Logo, enquanto condição necessária tanto à retórica como à indução hipnótica, a focalização da atenção dos interlocutores oferece-se como ponto de partida ideal para a compreensão da proximidade processual entre uma e outra. E senão vejamos: em que consiste e como se realiza essa focalização da atenção? Todos sabemos como numa situação ou estado normal a nossa atenção permanece mais ou menos distribuída por um sem número de factos ou estímulos. A imagem e o som do televisor, o tocar do telefone, o amigo que nos bate à porta, a temperatura que faz na sala, o sol que nos entra pela janela, o conforto do sofá sobre o qual repousamos, o fumo de um cigarro entre os dedos, o jornal que folheamos algo displicentemente, são apenas algumas das percepções quase simultâneas que a nossa memória imediata se encarrega de manter perfeitamente disponíveis, ao alcance da nossa consciência. Trata-se, porém, de uma atenção minimalista, superficial e algo difusa, que, ao não incidir especialmente sobre nada, *tudo nos permite ter à mão*. Mas imaginemos agora que, a certa altura, somos surpreendidos, no decurso da nossa despreocupada leitura do jornal, por uma notícia que, por este ou aquele motivo, consideramos muito preocupante, ou então, excepcionalmente favorável a um qualquer interesse que nos diz directamente respeito. A nossa curiosidade agudiza-se, a leitura pode tornar-se anormalmente apressada, mas, acima de tudo, por nada deste mundo quereremos perder o menor detalhe de uma informação tão importante. Precisamos pois de prestar a maior atenção ao que é dito na respectiva notícia. Simplesmente, como diz Damásio, "a atenção e a memória de trabalho possuem uma capacidade limitada" 146, o que faz com que esse acréscimo de atenção

que passamos a colocar na leitura do jornal, tenha como consequência directa uma correspondente diminuição da atenção sobre aquela pluralidade de factos e acontecimentos sobre os quais mantínhamos até aí um apreciável controlo e vigilância. Isto, no que respeita aos estímulos que nos são exteriores. Mas, com a redução do campo de consciência, é de admitir que um processo análogo ocorra também dentro de nós, ao nível dos conteúdos mentais a que passamos a ter acesso, pois, ainda no dizer de Damásio, "as imagens que reconstituímos por evocação ocorrem lado a lado com as imagens formadas segundo a estimulação vinda do exterior" 147. E, como sustenta este mesmo autor, as imagens são provavelmente o principal conteúdo dos nossos pensamentos, independentemente da modalidade em que são geradas e de serem sobre uma coisa ou sobre um processo que envolve coisas, palavras ou outros símbolos. Logo, retomando o exemplo da notícia do jornal, o embrenharmo-nos profundamente na sua leitura dá-se à custa de uma focalização da nossa atenção sobre o respectivo texto que, embora necessária à melhor compreensão possível, pode, a partir de determinado nível de intensidade, levar-nos à perda daquelas referências concretas ou idealizadas que normalmente nos asseguram a relativização do raciocínio e da própria avaliação. Ora o esfumar dessas referências só pode levar a uma tendência para a absolutização dos nossos juízos, na medida em que, desaparecendo os padrões comparativos, o que é pensado surge-nos como valendo por si mesmo, ou seja, não é verdadeiro nem falso, não é certo ou incerto, não é preciso nem impreciso. É, simplesmente. E como tal é assumido. Nenhuma comparação, nenhuma resistência: eis o limiar da própria hipnose 148.

A focalização da atenção que acabamos de descrever é a que, em maior ou menor grau, podemos encontrar tanto na indução hipnótica como na retórica, com a diferença de que nestas tal focalização é intencionalmente provocada e já não espontânea, como no exemplo dado. Mas se a sua inserção na indução hipnótica não levanta qualquer problema, pois é justamente para o enfraquecimento dos processos lógicos do paciente que ela se orienta e dirige, o mesmo já não se poderá dizer quanto à retórica, onde a inevitabilidade da sua presença tem que ser articulada com a manutenção da capacidade crítica do auditório. O mesmo é dizer que, se na hipnose o aprofundamento da atenção do paciente parece não encontrar qualquer restrição ou reserva, por se confundir com o próprio efeito por ela visado, já na retórica, o nível de concentração da atenção do auditório não deve nunca ultrapassar aquele limite que faça perigar a respectiva autonomia de raciocínio e liberdade de decisão. Somos assim remetidos para a necessidade dos destinatários da argumentação se manterem atentos ao orador e à sua mensagem, mas conservando sempre a *descentração* necessária a uma avaliação comparativa e crítica. Determinar, porém, a intensidade máxima de atenção que ainda lhes assegure essas duas condições, é algo que só pode fazer-se em concreto, casuisticamente, pois, na retórica, os efeitos da focalização da atenção parecem funcionar de modo análogo aos dos medicamentos: até certa *dosagem* são muito úteis e necessários, mas quando tomados em excesso, só podem fazer mal.

Finalmente observemos que os riscos de uma excessiva focalização da atenção do auditório são indissociáveis do grau de sedução do orador e da tonalidade mais ou menos sugestiva do seu discurso. Negá-lo, seria o mesmo que ver no sujeito da persuasão – retórica ou hipnótica – um ser exclusivamente lógico ou então, à boa maneira cartesiana, uma simples união de duas substâncias distintas, o corpo e o espírito, que nos permitiria separar, ao nível das diferentes manifestações humanas, as que respeitam ao corpo e as que derivam do espírito. Mas como bem salienta Roustang, "há uma outra maneira de pensar o ser humano, quer dizer, não mais como união da alma e do corpo ou do espírito e do corpo, mas como unidade vivente onde o espírito é já corpo e onde o corpo é sempre espírito" 149. Tal unidade não pode, contudo, ser compreendida senão num plano holístico. É por isso que Roustang afirma (a propósito do que dá origem à indução hipnótica): "posso dizer que, segundo as circunstâncias, a potência modificadora é o vosso coração ou a pele que recobre o vosso corpo ou o vosso ventre ou os vossos pés que vos sustentam ou tal pensamento ou tal emoção, porque é a relação ao todo que dá a cada um a sua força" 150.

É neste regime de totalidade em que inteligência, espírito, liberdade, movimento, sensibilidade, afecto e emoção permanecem como registos inseparáveis no ser humano que poderemos olhar, quer a indução hipnótica quer a persuasão pelo discurso, como passagem de um desses registos a outro. De resto, no caso especial da retórica, sabemos como esta nunca é nem a expressão de uma verdade pura, nem sequer o domínio do certo ou incerto, do correcto ou do incorrecto, mas sim do plausível e consensual. Que sentido teria, então, valorizar as premissas de uma argumentação à luz deste último critério (consenso) se ao mesmo tempo se desvalorizassem os usos e efeitos da sugestão ou sedução, mesmo quando do agrado geral do auditório? "A racionalidade mergulha as suas raízes naquilo a que os fenomenólogos chamam o mundo da vida" 151. Não há propriamente uma ruptura entre o intelecto e a emoção. Seguindo de perto a feliz expressão de Innerarity, nem a paixão e o prazer estão fora da razão, nem o exercício da inteligência é uma disciplina insuportável 152. Parece-nos, pois, que a desejável dimensão crítica da retórica em nenhum caso deve degenerar numa discutibilidade estritamente intelectualizada, sob pena de se cair numa logicização do homem em muito idêntica à mera categorização das coisas. E, no entanto, em nosso entender, seria a isso que nos conduziria a retirada da emoção, da sugestão e da sedução do interior de todo e qualquer processo argumentativo.

A distinção entre retórica e indução hipnótica não se centra, por isso, numa diferença de natureza do respectivo processo de comunicação que, em muitos casos, é igualmente verbal, persuasivo, metafórico, analógico, repetitivo e redutor do campo de consciência do ouvinte. Notemos, aliás, que a própria argumentatividade retórica está sempre mais ou menos presente na indução hipnótica quer quando o hipnoterapeuta justifica e debate com o paciente (ainda no estado de vigília) as razões ou motivos porque este deve submeter-se à hipnose (fase da

argumentação propriamente dita), quer quando o seu discurso persuasivo não obtém a *resposta* pretendida ao nível da respectiva somatização ou ainda, quando se expõe à recusa do paciente em aceitar algum dos seus *comandos* (no limite, quando estes violem o seu código moral). Em qualquer destas situações, o hipnoterapeuta pode ser confrontado com os *contra-argumentos* do paciente, com a sua resistência à modificação de atitude e comportamento visados pela indução. O mesmo se diga quanto ao predomínio do carácter monológico na comunicação hipnótica, pois se, por um lado, o paciente mergulha num estado de cada vez maior passividade, por outro, mantém e desenvolve uma espécie de *comunicação interna* 153 que ditará a sua reacção última às instruções hipnóticas, ainda que no domínio não verbal. Algo de semelhante se passa na retórica, como, por exemplo, no caso de um discurso epidíctico ou numa palestra pública: o auditório escuta muito mais do que fala mas sem que deixe alguma vez de reagir (comunicar), quer mentalmente, quer também exteriormente, ao nível da postura física, do gesto ou da expressão facial.

Evidentemente que, apesar dos inúmeros pontos que têm em comum, não há qualquer dificuldade especial em saber se estamos perante uma situação retórica ou uma situação hipnótica. Para tanto, basta atender ao contexto espacial em que decorrem, ao contrato de comunicação subjacente e, principalmente, aos objectivos e efeitos que prosseguem. A entrevista da venda não se confunde com uma consulta hipnoterapêutica, nem a palestra ou conferência pública têm a teatralidade de um espectáculo de hipnose colectiva. O que mais exactamente pretendemos realçar é que, em certas situações, pode ser difícil distinguir entre comunicação retórica e comunicação hipnótica, se para o efeito tomarmos apenas como base as estratégias e as técnicas discursivas que nelas têm lugar. Somos assim confrontados com a extraordinária força perlocutória da palavra e o correspondente imperativo retórico de vigiar a sua intensidade, para que a sempre possível redução da capacidade crítica dos seus destinatários, não ponha em causa o sentido do próprio acto de argumentar.

O estudo comparativo da retórica e da hipnose parece pois amplamente justificado, sempre que se trate de aprofundar o conhecimento sobre o verdadeiro alcance das diferentes técnicas da persuasão discursiva. É que, se não em acto, ao menos em potência, a hipnose está sempre mais ou menos presente no contexto relacional ou intersubjectivo em que o homem se encontra e reconhece. Não é assim de estranhar que Moscovici faça da sugestão hipnótica o “modelo principal das acções e reacções sociais” 154 e Edgar Morin, em correspondência pessoal trocada com Chertock (em 13.08.1982), tenha afirmado que vê na hipnose “um dos nós górdios para todo o conhecimento, não somente do espírito humano, mas possivelmente, para compreender algo de vital” 155. Por outro lado, desde sempre que a retórica é, como se sabe, técnica de argumentar mas também arte de persuadir. E isso pressupõe, não só lucidez crítica, engenho e imaginação, como também apurado sentido estético, sensibilidade e emoção. A investigação de Damásio veio atestar o que até aí não passava de uma mera conjectura teórica: inteligência e emoção são

indissociáveis na nossa racionalidade. E a relação de interdependência entre uma e outra é de tal ordem que, isoladamente, nenhuma delas cumpre sequer a específica função que ao nível do senso comum sempre lhe foi atribuída. Recordemos que embora a inteligência seja habitualmente relacionada com a capacidade de análise e de cálculo lógico - ao mesmo tempo que a emoção, neste tipo de operações, surge como fonte de perturbação do respectivo raciocínio - a verdade é que o paciente de Damásio não conseguia resolver satisfatoriamente pequenos problemas do dia-a-dia, apesar de manter intactas todas as suas faculdades intelectuais. Uma retórica orientada exlusivamente para o intelecto seria, portanto, um equívoco. Mas se a sensibilidade e a emoção nela podem jogar um papel determinante, então, já não restam quaisquer dúvidas sobre as vantagens do recurso ao conhecimento hipnótico. Porque é através da indução hipnótica que melhor se pode avaliar a real extensão e profundidade dos efeitos perlocutórios ou somáticos da palavra, enquanto mediador comum aos dois fenómenos. E nessa medida, o orador poderá ficar com uma noção mais aproximada quer do tipo quer da intensidade dos efeitos que se podem seguir se usar esta ou aquela expressão, este ou aquele procedimento. Alguns desses efeitos serão perfeitamente adequados aos objectivos de uma argumentação crítica. Outros, evidentemente que não. Terá, por isso, que decidir sobre quais os recursos retóricos por que deve optar. Essa sua decisão exige, como é natural, uma avaliação prévia dos respectivos efeitos, pelo menos, a dois níveis: ao nível da eficácia da própria retórica, onde a utilização de procedimentos hipnóticos pode potenciar a persuasividade do seu discurso mas também ao nível da intenção ética subjacente à sua argumentação, onde o conhecimento hipnótico lhe permitirá vislumbrar mais rapidamente e com maior clareza os inconvenientes desta ou daquela opção argumentativa.

---

1 Perelman, C., *Retóricas*, S. Paulo: Martins Fontes, 1997, p. 217

2 *Ibidem*

3 Breton, P., *A argumentação na comunicação*, Lisboa: Publicações D. Quixote, 1998, p. 29

4 Breton, P., *A argumentação na comunicação*, Lisboa: Publicações D. Quixote, 1998, p. 31

5 Breton, P., *A argumentação na comunicação*, Lisboa: Publicações D. Quixote, 1998, p. 33

6 Meyer, M., *Questões de retórica: linguagem, razão e sedução,* Lisboa: Edições 70, Lda., 1998, p. 19

7 Ricoeur, P., *O Justo ou a essência da Justiça*, Lisboa: Instituto Piaget, 1997, p. 9

8 *Ibidem*, p. 22

9 Meyer, M., *Questões de retórica: linguagem, razão e sedução,* Lisboa: Edições 70, Lda., 1998, p. 26

10 *Ibidem*, p. 29

11 *Ibidem*

12 Meyer, M., *Questões de retórica: linguagem, razão e sedução,* Lisboa: Edições 70, Lda., 1998, p. 29

13 *Ibidem*, p. 31

14 *Ibidem*

15 Cf. Meyer, M., *Questões de retórica: linguagem, razão e sedução,* Lisboa: Edições 70, Lda., 1998, p. 33

16 *Ibidem*

17 Cf. Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 57

18 Meyer, M., *Questões de retórica: linguagem, razão e sedução,* Lisboa: Edições 70, Lda., 1998, p. 33

19 Meyer, M., *Questões de retórica: linguagem, razão e sedução,* Lisboa: Edições 70, Lda., 1998, p. 35

20 *Ibidem*

21 *Ibidem*, p. 44

22 Meyer, M., *Questões de retórica: linguagem, razão e sedução,* Lisboa: Edições 70, Lda., 1998, p. 45

23 Meyer, M., *As bases da retórica*, *in* Carrilho, M. (org.), *Retórica e Comunicação*, Porto: Edições ASA, 1994, p. 63

24 Meyer, M., *Questões de retórica: linguagem, razão e sedução,* Lisboa: Edições 70, Lda., 1998, p. 46

25 Meyer, M., *Questões de retórica: linguagem, razão e sedução,* Lisboa: Edições 70, Lda., 1998, p. 26

26 Pereira, O., *Cepticismo e argumentação*, *in* Carrilho, M. (org.), *Retórica e comunicação*, Porto: Edições ASA, 1994, p. 152

27 *Ibidem*, p.154

28 Habermas, J., *Técnica e ciência como ideologia*, Lisboa: Edições 70, 1997, p. 36

29 Sartre, J. e Ferreira, V., *O Existencialismo é um humanismo*, Lisboa: Editorial Presença, 1978, p. 250

30 Ferreira, V., *II-Existencialismo*, *in* Sartre, J. e Ferreira, V., *O Existencialismo é um humanismo*, Lisboa: Editorial Presença, 1978, p. 104

31 Touraine, A., *Crítica da Modernidade*, Lisboa: Instituto Piaget, 1994, p. 310

32 Breton, P., *A argumentação na comunicação*, Lisboa: Publicações D. Quixote, 1998, p. 13

33 Reboul, A., *Introdução à retórica*, S. Paulo: Martins Fontes,1998, p. XX

34 Platão, *Górgias*, Lisboa: Edições 70,1997, p. 61

35 Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 51

36 Grácio, R., *Introdução à tradução portuguesa*, *in* Perelman, C., *O império retórico*, Porto: Edições ASA, 1993, p. 9

37 Perelman, C., *L'usage et l'abus des notions confuses*, *in* Éthique et Droit, Éditions de l'Université de Bruxelles, 1990, p. 817

38 Equivalente à diferença entre um uso crítico e um uso manipulador.

39 Atente-se no violento ataque que Platão faz à retórica na sua obra *Górgias*, pp. 47-82

40 Meyer, M., *Questões de retórica: linguagem, razão e sedução,* Lisboa: Edições 70, Lda., 1998, p. 47

41 Meyer, M., *Questões de retórica: linguagem, razão e sedução,* Lisboa: Edições 70, Lda., 1998, p. 47

42 Perelman, C., *Retóricas*, S. Paulo: Martins Fontes, 1997, p. 51

43 Em que se opta pela omissão ou pela mentira piedosa para evitar o choque de verdades brutais e desumanas

44 Reboul, A ., *Introdução à retórica*, S. Paulo: Martins Fontes, 1998, p. 99

45 Perelman, C., *Retóricas*, S. Paulo: Martins Fontes, 1997, p. 367

46 Reboul, A., *Introdução à retórica*, S. Paulo: Martins Fontes,1998, p. 99

47 Meyer, M., *As bases da retórica*, *in* Carrilho, M. (org.), *Retórica e Comunicação*, Porto: Edições ASA, 1994, p. 69

48 Grácio, R., *Racionalidade argumentativa*, Porto: Edições ASA, 1993, p. 103

49 *Cit. in*. Grácio, R., *Racionalidade argumentativa*, Porto: Edições ASA, 1993, p. 104

50 Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 50

51 *Cit. in* Grácio, R., *Racionalidade argumentativa*, Porto: Edições ASA, 1993, p. 148

52 Grácio, R., *Racionalidade argumentativa*, Porto: Edições ASA, 1993, p. 103

53 Meyer, M., *As bases da retórica*, *in* Carrilho, M. (org.), *Retórica e Comunicação*, Porto: Edições ASA, 1994, p. 70

54 Elias, N., *A sociedade dos indivíduos*, Lisboa: Publicações D. Quixote, 1993, p. 199

55 Elias, N., *A sociedade dos indivíduos*, Lisboa: Publicações D. Quixote, 1993, p. 42

56 *Ibidem*

57 *Ibidem*, p. 43

58 Perelman, C., *Retóricas*, S. Paulo: Martins Fontes, 1997, p. 90

59 Perelman, C., *Retóricas*, S. Paulo: Martins Fontes, 1997, p. 87

60 *Ibidem*, p. 313

61 Giddens, A., *Consequências da Modernidade*, Oeiras: Celta Editora, 1996, p. 102

62 *Ibidem*, p. 85

63 Cabral, M., *in* Rebelo, J. (Org.), *Saber e poder*, Lisboa: Livros e Leituras, 1998, p. 109

64 Aguiar, J., *in* Cabral, M., *in* Rebelo, J. (Org.), *Saber e poder*, Lisboa: Livros e Leituras, 1998, p. 121

65 del Pino, C., *Los discursos de la mentira*, *in* del Pino, C. (Org.), *El discurso de la mentira*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 164

66 Lozano, J., *La mentira como efecto de sentido*, *in* del Pino, C. (Org.), *El discurso de la mentira*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 140

67 Cit. *in* Carmen, M., *La máscara y el signo:modelos ilustrados*, *in* del Pino, C. (Org.), *El discurso de la mentira*, Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 81

68 Goffman, E., *A Apresentação do eu na vida de todos os dias*, Lisboa: Relógio D'Água,1993, p. 297

69 *Ibidem*

70 Goffman, E., *A Apresentação do eu na vida de todos os dias*, Lisboa: Relógio D'Água,1993, p.14

71 *Ibidem*, p.17

72 Goffman, E., *A Apresentação do eu na vida de todos os dias*, Lisboa: Relógio D'Água,1993, p. 19

73 Perelman, C., *O império retórico*, Porto: Edições ASA, 1993, p. 172

74 Perelman, C., *Tratado da argumentação*, S. Paulo: Martins Fontes, 1999, p. 16

75 *Ibidem*, p. 6

76 *Ibidem*, p. 9

77 Perelman, C., *Tratado da argumentação*, S. Paulo: Martins Fontes, 1999, p. 8

78 *Ibidem*, p. 51

79 *Ibidem*, p. 61

80 Perelman, C., *Retóricas*, S. Paulo: Martins Fontes, 1997, p. 82

81 Perelman, C., *Tratado da argumentação*, S. Paulo: Martins Fontes, 1999, p. 55

82 *Ibidem*, p. 8

83 Perelman, C., *Retóricas*, S. Paulo: Martins Fontes, 1997, p. 82

84 Damásio, A., *O Erro de Descartes*, Mem Martins: Publicações Europa-América, (15ª. ed.), 1995, p. 172

85 *Ibidem*

86 *Cit. in* Goleman, D., *Inteligência Emocional*, Lisboa: Círculo dos Leitores, 1996, p. 11

87 Damásio, A., *O Erro de Descartes*, Mem Martins: Publicações Europa-América, (15ª. ed.), 1995, p. 13

88 Damásio, A., *O Erro de Descartes*, Mem Martins: Publicações Europa-América, (15ª. ed.), 1995, p. 14

89 Inscrição na contracapa do livro Damásio, A., *O Erro de Descartes*, Mem Martins: Publicações Europa-América, (15ª. ed.), 1995

90 Segundo Damásio, o conhecimento factual que é necessário para o raciocínio e para a tomada de decisões chega à mente sob a forma de imagens.

91 Cfr. Damásio, A., *O Erro de Descartes*, Mem Martins: Publicações Europa-América, (15ª. ed.), 1995, p. 183

92 Damásio, A., *O Erro de Descartes*, Mem Martins: Publicações Europa-América, (15ª. ed.), 1995, pp.184 ss

93 Damásio, A., *O Erro de Descartes*, Mem Martins: Publicações Europa-América, (15ª. ed.), 1995, p. 185

94 Damásio, A., *O Erro de Descartes*, Mem Martins: Publicações Europa-América, (15ª. Ed.), 1995, p. 187

95 Frade, P., *Comunicação*, *in* Carrilho, M. (Org.), *Dicionário do Pensamento Contemporâneo*, Lisboa: Publicações D. Quixote,1991, p. 52

96 Perelman, C., *Retóricas*, S. Paulo: Martins Fontes, 1997, p. 59

97 *Ibidem*

98 Soares, M., *Retórica e Política*, in *Revista Comunicação & Política*, Rio de Janeiro: Centro de Estudos Superiores Latino-Americanos, 1996, vol. III, nº. 2, nova série, Maio-Agosto. Murilo Soares é Professor de Sociologia da Comunicação, na Fac. de Arq., Artes e Comunicação da UNESP, São Paulo, Brasil.

99 Meyer, M., *Questões de retórica: linguagem, razão e sedução*, Lisboa: Edições 70, Ldª., 1998, p. 26

100 Bellenger, L., *La Persuasion*, Paris: Presses Universitaires de France, 1996, p. 8

101 Breton, P., *A argumentação na comunicação*, Lisboa: Publicações D. Quixote, 1998, p. 13

102 Breton, P., *A argumentação na comunicação*, Lisboa: Publicações D. Quixote, 1998, p. 13

103 Perelman, C., *O império retórico*, Porto: Edições ASA, 1993, p. 21

104 Grácio, R., *Consequências da retórica*, Coimbra: Pé de Página Editores, 1998, p. 78

105 *Cit. in* De Fleur, M. e Ball-Rokeach, *Teorías de la comunicación de masas*, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S. A., 1993, p. 352

106 Bitti, P. e Zani, B., *A comunicação como processo social*, Lisboa: Editorial Estampa, (2ª. ed.), 1997, p. 238

107 *Ibidem*

108 Petty, R. e Cacioppo, J., *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*, Oxford: Westview Press, 1996, p. XV

109 *in* Petty, R. e Cacioppo, J., *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*, Oxford: Westview Press, 1996, p. 8

110 Breton, P., *A argumentação na comunicação*, Lisboa: Publicações D. Quixote, 1998, p. 24

111 Bitti, P. e Zani, B., *A comunicação como processo social*, Lisboa: Editorial Estampa, (2ª. ed.), 1997, p. 247

112 Bitti, P. e Zani, B., *A comunicação como processo social*, Lisboa: Editorial Estampa, (2ª. ed.), 1997, p. 248

113 *Cit. in* Petty, R. e Cacioppo, J., *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*, Oxford: Westview Press, 1996, p. 47

114 *Cit. in* Petty, R. e Cacioppo, J., *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary*

Approaches, Oxford: Westview Press, 1996, p. 49

115 Janis e Feshbach [1953] *cit. in* Bitti, P. e Zani, B., *A comunicação como processo social*, Lisboa: Editorial Estampa, (2ª. ed.), 1997, p. 249

116 Bowers e Osborn [1966], *cit. in ibidem*

117 Bitti, P. e Zani, B., *A comunicação como processo social*, Lisboa: Editorial Estampa, (2ª. ed.), 1997, p. 250

118 *Ibidem*, p. 251

119 *Ibidem*, p. 250

120 Cf. Petty, E. e Cacioppo, J., *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*, Oxford: Westview Press, 1996, p. 74

121 *Cit. in* Bitti, P. e Zani, B., *A comunicação como processo social*, Lisboa: Editorial Estampa, (2ª. ed.), 1997, p. 251

122 *Cit. in* Petty, E. e Cacioppo, J., *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*, Oxford: Westview Press, 1996, p. 76

123 Petty, E. e Cacioppo, J., *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*, Oxford: Westview Press, 1996, p. 83

124 *in* Petty, E. e Cacioppo, J., *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*, Oxford: Westview Press, 1996, p. 82

125 *in* Petty, E. e Cacioppo, J., *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*, Oxford: Westview Press, 1996, p. 138

126 Petty, E. e Cacioppo, J., *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*, Oxford: Westview Press, 1996, p. 225

127 Afirmação que parece compatível com o conceito damasiano de uma racionalidade integradora da emoção e dos afectos.

128 Petty, E. e Cacioppo, J., *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*, Oxford: Westview Press, 1996, p. 268

129 Referir-nos-emos aqui, sobretudo, à hipnose psicoterapêutica, por corresponder, incontestavelmente, ao campo de aplicação mais testado pela investigação científica.

130 Chertok, L. *L'hypnose*, Paris: Éditions Payot, 1989, p. 35

131 Situação muito análoga ao que se passa com a investigação experimental da persuasão

132 Chertok, L. *L'hypnose*, Paris: Éditions Payot, 1989, p. 33

133 Bernheim e seus seguidores.

134 Chertok, L. *L'hypnose*, Paris: Éditions Payot, 1989, p. 33

135 *Ibidem*, p. 260

136 *Cit. in ibidem*, p. 32

137 Mambourg, P.-H., *Du rôle de l'hypnose dans la formation des thérapeutes*, *in* Michaux, D. (Org.), *Hypnose, Langage et Communication*, Paris: Editions Imago, 1998, p. 209

138 *Ibidem*

139 Para a classificação dos diferentes estados intermediários entre a plena vigília e o transe profundo, a generalidade dos autores [Chertock, 1989; Liguori, 1979; Eysenck,1956; Rhodes, 1950, etc.] recorre à conhecida Escala de Davis e Husband que estabelece quatro graus de hipnose por ordem crescente: estado hipnoidal, transe ligeiro, transe médio e transe profundo. Segundo esta mesma escala, o transe médio e o transe profundo são os únicos estádios da hipnose em que já se registam alterações de personalidade no paciente.

140 Halfon, Y., *Le langage figuratif en hypnose*, *in* Michaux, D. (Org.), *Hypnose, Langage et Communication*, Paris: Editions Imago, 1998, p. 68

141 Bertoni, N., *La métaphore en hypnothérapie des maladies psychosomatiques*, *in* Michaux, D. (Org.), *Hypnose, Langage et Communication*, Paris: Editions Imago, 1998, p. 156

142 Innerarity, D., *A Filosofia como uma das Belas Artes*, Lisboa: Editorial Teorema, Lda., 1996, p. 78

143 Bertoni, N., *La métaphore en hypnothérapie des maladies psychosomatiques*, *in* Michaux, D. (Org.), *Hypnose, Langage et Communication*, Paris: Editions Imago, 1998, p. 151

144 Cudicio, P., *Des manipulations mentales*, *in* Michaux, D. (Org.), *Hypnose, Langage et Communication*, Paris: Editions Imago, 1998, p. 191

145 Perelman, C., *O império retórico*, Porto: Edições ASA, 1993, p. 29

146 Damásio, A., *O Erro de Descartes*, Mem Martins: Publicações Europa-América, (15ª. ed.), 1995, p. 184. Note-se que Damásio define a "atenção" como capacidade de concentração num determinado conteúdo mental em detrimento de outros, e "memória de trabalho" como consistindo na capacidade de reter informação durante um período de muitos segundos e de a manipular mentalmente (p. 61, op. cit.).

147 Damásio, A., *O Erro de Descartes*, Mem Martins: Publicações Europa-América, (15ª. ed.), 1995, p. 124

148 Apesar deste exemplo se relacionar mais directamente com a chamada auto-hipnose, o processo de focalização da atenção que nele se descreve é em tudo idêntico ao da hipnose induzida por uma terceira pessoa. Acresce que, para Chertock, a auto-hipnose é, em geral, mais difícil de obter que a hetero-hipnose, para além de ser tida como incapaz de produzir um transe profundo (p. 196, op. cit.).

149 Roustang, F., *L'hypnose est communication*, *in* Michaux, D. (Org.), *Hypnose, Langage et Communication*, Paris: Editions Imago, 1998, p. 27

150 Roustang, F., *L'hypnose est communication*, *in* Michaux, D. (Org.), *Hypnose, Langage et Communication*, Paris: Editions Imago, 1998, p. 31

151 Innerarity, D., *A Filosofia como uma das Belas Artes*, Lisboa: Editorial Teorema, Lda., 1996, p. 15

152 *Ibidem*, p. 24

153 Jean Adrian sustenta que a hipnose permite uma comunicação interna, entre o consciente e o inconsciente (Adrian, J. *L'hypnose, outil de communication interne*, *in* Michaux, D. (Org.), *Hypnose, Langage et Communication*, Paris: Editions Imago, 1998, p. 128). Pela nossa parte, contudo, utilizamos aqui a mesma expressão mais no sentido perelmaniano de uma comunicação do sujeito consigo próprio assente no diálogo interior que, regra geral, antecede a deliberação íntima.

154 Moscovici, S., *L'Âge des foules*, Paris: Fayard, 1981, p. 124

155 Cf. Chertok, L. *L'hypnose*, Paris: Éditions Payot, 1989, p. 235

CONCLUSÃO

A comunicação persuasiva não é uma segunda comunicação, muito menos, uma comunicação de segunda. Estudar a persuasão é, essencialmente, estudar a comunicação do ponto de vista dos seus efeitos persuasivos. E nem a persuasão se mostra incompatível com a dimensão ético-filosófica da comunicação, nem o imperativo da discutibilidade crítica condena, a priori, o recurso ao elemento persuasivo. A comunicação afirma-se pela eficácia com que cumpre os seus objectivos. Sem eficácia, não passa de um simulacro. Sem persuasão, não se cumpre. Estas são, pelo menos, algumas das primeiras conclusões que julgamos poder extrair de um estudo onde tivemos como principal preocupação compreender os diferentes modos pelos quais a persuasão discursiva se manifesta no processo comunicacional. Persuasão que, estando no centro da argumentação, da arte de bem raciocinar, não prescinde igualmente da figuratividade e do estilo. A retórica é, portanto, o seu lugar de privilégio, pelo que não surpreenderá que a tenhamos colocado no centro da nossa reflexão. Dos alvores de uma oratória marcadamente empírica à retórica dos sofistas tão severamente condenada por Platão, da solução de compromisso em que, à época, terá consistido a codificação aristotélica até à sua posterior degradação secular, trilhamos os caminhos históricos - nem sempre muito claros - de uma retórica, que como vimos, só viria a reassumir a sua anterior dignidade argumentativa com Chaim Perelman. Expurgada do estigma que consistira na sua restrição à praça pública mais ou menos ignorante, vê o seu campo de acção alargar-se agora a todo o discurso persuasivo, seja qual for o auditório a que o orador se dirija, incluindo, o do seu foro íntimo. Para trás ficam também os exageros de forma, a proliferação adornística que a reduzia a mera técnica de expressão de um pensamento inquestionado. O que, aliado à formulação de uma nova racionalidade legitimadora do mundo das opiniões postas à prova e da livre discutibilidade como, respectivamente, fonte e método de conhecimento, veio a constituir aquilo que, em nossa opinião, foram as três mais significativas inovações introduzidas pelo pai da nova retórica, no âmbito da sua *Teoria da argumentação*. O mesmo não se pode dizer quanto à sua tentativa de distinguir entre persuasão e convencimento com base num auditório universal puramente ficcionado pelo orador. Dir-se-á que, aí, na ânsia de conferir a maior objectividade possível ao processo de argumentação, Perelman acaba por fazer regressar à retórica a evidência racional cuja recusa tinha figurado como núcleo duro da sua impiedosa crítica à razão cartesiana. Tal não invalida, porém que, conforme na devida altura sublinhamos, se reconheça a atitude ética que subjaz a esta intenção de verdade no pensamento retórico perelmaniano. Mas a intenção do orador não pode deixar de nos remeter para além da própria *techné* retórica, ou seja, quer para o seu enquadramenteo filosófico quer para as condições concretas do seu exercício. Foi isso que nos levou a iniciar a III PARTE deste trabalho com uma análise à questão dos "usos da retórica". O reconhecimento de que as estruturas taxionómicas e definicionais de Perelman correspondem, sobretudo, a uma visão acentuadamente lógica da argumentação que de modo algum permite captar tanto a sua dinâmica interaccional como as marcas afectivo-emocionais que nela deixam os respectivos intervenientes, motivou-nos para um aprofundamento da relação retórica também a partir dos próprios sujeitos que são a sua razão de ser, que lhe conferem vida e lhe dão cor. Fomos assim conduzidos a um novo cenário retórico onde os actores, ao invés de se limitarem a debitar os seus papéis com o único propósito de obter a aprovação geral do auditório, tomam antes consciência do carácter problemático do seu discurso e estimulam o público presente a participar na própria representação, que assim se constitui como enriquecedora instância de questionamento. Com efeito, tal como propõe Meyer, a procura do consenso para que se orienta a retórica pode ser vista como um processo de questionação, plural e contraditório, que visa essencialmente a negociação da distância entre os sujeitos. Uma distância que tem a sua raiz na problematicidade

inerente à condição humana, às suas paixões, à sua razão, ao seu discurso e que dita a presença de uma interrogatividade em contínuo nas diferentes fases do processo de argumentação. É nesta racionalidade interrogativa que Meyer se apoia, não apenas para caracterizar o *logos* próprio da argumentação, como também para distinguir os diferentes usos da retórica, conforme o orador vise uma aprovação lúcida e crítica ou pretenda manipular o auditório para obter, a todo o custo, o vencimento das suas teses. Assim, o discurso será tanto mais manipulador, quanto mais ele suprimir ou esconder a interrogatividade das suas propostas, com o evidente propósito de se furtar à sua crítica e discussão. Pela nossa parte, aludimos, aliás, a outros critérios ou procedimentos que favorecem a detecção dos usos abusivos da retórica, embora deixando bem vincada a nossa convicção de que o melhor antídoto ainda será a atenção, a prudência e a capacidade crítica que os respectivos destinatários souberem e puderem exercer em cada situação concreta. Mas porque consideramos que são as acusações de que a retórica não passa de um instrumento de engano e manipulação que mais têm contribuído para o generalizado descrédito em que a mesma ainda se encontra, entendemos que a questão justificava uma atenção muito especial neste nosso trabalho. E a principal ideia que formamos foi a de que a retórica, mais do que uma prática discursiva especialmente favorável para induzir o outro ao engano, constitui, isso sim, um espaço de discutibilidade e afirmação das subjectividades em presença que, por si só, garante ao auditor a possibilidade de dizer não e, inclusivamente, de justificar a sua recusa. Para tanto, basta que a competência argumentativa não seja um exclusivo do orador e se estenda igualmente ao auditório a quem se dirige, pois também só nessa condição se poderá verdadeiramente falar de uma situação retórica, no sentido perelmaniano. Sem a competência argumentativa é a própria ética da discutibilidade que perde todo o sentido. Sem a discutibilidade não há sequer argumentação, nem tão pouco seria precisa. Neste caso, o destinatário da mensagem, pura e simplesmente, passa de receptor a mero receptáculo. Foi neste entendimento que procedemos a uma análise da manipulação "retórica" não focalizada unicamente sobre o orador, como é corrente acontecer, mas, mais exactamente, sobre o par manipulador-manipulado, no pressuposto de que este último é sempre co-responsável pelo engano de que possa ser alvo. Numa palavra, à eventual mentira do orador não tem que, necessariamente, seguir-se o engano do auditor. O manipulado não pode ser visto como autómato ou presa fácil de um qualquer orador menos escrupuloso, sob pena disso ofender a sua própria dignidade de ser humano. É o exercício da sua autonomia e liberdade de formação pessoal que o constitui como responsável pelos seus actos. E o acto retórico corresponde apenas a uma entre tantas outras situações do seu percurso existencial, em que igualmente é chamado a compreender o que se passa à sua volta, a avaliar e a tomar decisões. Mas seria talvez muito ingénuo fundar os abusos retóricos exclusivamente na ignorância de quem escuta, traduzida esta última por um desconhecimento temático que abriria as portas ao abuso de confiança do orador. Quisemos, por isso, analisar também os efeitos da sugestão, da sedução e, de um modo geral, de todos os meios persuasivos que, dir-se-ia, apelam mais à emoção do que à razão. Verificar até que ponto a capacidade crítica e a competência argumentativa dos destinatários da retórica podem, na esfera da decisão, vir a ser relegadas para um segundo plano, por uma palavra especialmente dirigida à sua sensibilidade. E procuramos ir tão longe quanto possível, face aos condicionalismos espácio-temporais deste estudo. Com Damásio, que, como vimos, procede à recuperação da emoção para a esfera cognitiva, percebemos como seria insustentável permanecer agarrados à clássica dicotomia razão-emoção, visualizando esta última apenas como fonte perturbadora do raciocínio. Como mostrou este insigne cientista português, a emoção é tão indissociável do acto de raciocinar que, quando dele ausente, fica comprometida a racionalidade da própria decisão, a sua adequação ao real. Ora a persuasão visa justamente levar o outro a tomar uma decisão. Logo, não se podendo já falar de modo distintivo da persuasão, ou seja, de persuasão racional, por um lado e de persuasão emotiva, por outro, a sugestão e a sedução surgem como modos particulares de persuadir tão legítimos como quaisquer outros numa retórica de pessoas concretas, olhadas pela totalidade da sua identidade intelectual, psicológica e social. Daí que, em homenagem a um pensamento vivo, não redutor, tenhamos ousado formular a proposta de um conceito de argumentação mais abrangente, que inclua o recurso a todos os meios persuasivos que se mostrem adequados à natureza da causa ou questão sobre a qual importa decidir. A persuasão, a sugestão e o próprio agrado ou sedução, são incindíveis do acto

de convencer. “Essa ideia agrada-me...”, “gosto dessa solução...”, “inclino-me mais para esta hipótese...” são apenas três exemplos das numerosas expressões que podemos escutar regularmente a pessoas cuja competência intelectual não nos merece qualquer reserva. E no entanto, traduzem, sem sombra de dúvida, uma certa incapacidade de fundar racionalmente certas decisões, que nem por isso perdem valor ou deixam de ser seguidas por quem as profere. O que leva alguém a aderir a uma ideia, a uma proposta ou a determinada acção, parece assim ficar a dever-se a uma rede ou complexo interno de factores interactivos, que quando artificialmente isolados pouco ou nada explicam sobre o processo de decisão. Compreende-se, pois, que, como já demos conta na parte de desenvolvimento, as inúmeras investigações experimentais sobre a persuasão já realizadas no âmbito da psicologia social - onde é pacífica a ideia de que a modificação de atitudes está na base da modificação do comportamento - não tenham até à data ido muito além de uma sumária caracterização dos mecanismos de persuasão. Ainda assim, vimos como a discriminação dos factores e motivos que parecem estar na base da modificação das atitudes seja ao nível da fonte, da mensagem ou do receptor, bem como as diversas teorias a que deram lugar, são já elementos fundamentais para uma aproximação compreensiva ao acto persuasivo. Uma coisa é certa: a adesão de um auditório não pode ser explicada exclusivamente pela conexão lógica ou quase lógica dos argumentos apresentados pelo orador. Terá sido essa intuição que levou Aristóteles a dedicar ao estudo das paixões os capítulos II a XI do Livro II da sua *Retórica*, prenunciando assim, aquilo que hoje em dia se pode entender como necessidade de uma abordagem interdisciplinar do discurso persuasivo. Foi também nessa perspectiva que decidimos fazer, por último, uma incursão à comunicação hipnótica, tendo em vista a sua aparente homologia processual com a comunicação retórica. Adoptando uma metodologia comparativa, pudemos então constatar a presença de inúmeros elementos comuns à retórica e à hipnose, não só no plano conceptual e descritivo – “atenção modificada”, “modificação de consciência”, etc. – como nos atributos, critérios e meios de actuação mobilizados – credibilidade do orador, adesão do destinatário, linguagem figurativa, efeito de presença, entre outros. Mas foram principalmente as similitudes funcionais que detectamos no uso da metáfora e da chamada focalização da atenção que nos levaram a concluir que entre a retórica e a indução hipnótica há sobretudo uma diferença de grau ou intensidade, no sentido de que os mesmos instrumentos de persuasão são nelas utilizados de acordo com o diferente nível dos efeitos sensoriais pretendidos. E se a hipnose não estabelece, praticamente, qualquer limite à sua intensidade, já na retórica, é necessário encontrar um ponto de equilíbrio, que assegure a predisposição ao agrado sem pôr em causa o livre raciocínio dos sujeitos. Tarefa particularmente delicada quando se esteja em presença de pessoas com elevado índice de susceptibilidade hipnótica. Porque é somente na recepção que a mensagem conhece o seu destino, a palavra que nuns põe em marcha a formação de um juízo sereno, pode ser a mesma que noutros provoque o riso ou faça chorar. Da retórica se dirá, por isso, que não fracciona os sujeitos, antes compromete-os em toda a sua grandeza e fragilidade, pelo que, retirar-lhe a sua dimensão psicológica e vivencial seria desinseri-la do próprio terreno em que se manifesta e da condição humana que a determina. É neste contexto que, como esperamos ter mostrado, o estudo da indução hipnótica por sugestão verbal constitui, tanto para o orador como para o investigador retórico, porventura, a melhor forma de apreender, com outra amplitude e rigor, os níveis de persuasão, de sugestão ou encantamento de cada prática discursiva, bem como a especificidade dos efeitos a que ela pode conduzir. Porque a retórica crítica depende da intenção ética dos seus agentes, da sinceridade com que apresentam o que julgam ser as melhores razões, da problematicidade que reconhecem ao seu próprio discurso, da abertura à discutibilidade mas também, do seu conhecimento sobre a natureza e intensidade dos efeitos extra-lógicos que cada argumento ou recurso persuasivo pode provocar nos respectivos destinatários. Teremos assim, não só uma retórica *dos* sujeitos mas também *para* os sujeitos. Sujeitos que por ela procuram afirmar ou superar as suas diferenças em direcção a um *consenso* que lhes permita ultrapassar os obstáculos próprios de uma caminhada feita de vida em comum. Pelo confronto de opiniões, pela discussão e escolha dos valores que possam merecer o acordo do outro ou da respectiva comunidade, a retórica promove o entendimento entre os homens, engendra e modela novas formas de sociabilidade. É esse seu regime de liberdade que, afastando o recurso quer à violência quer ao poder ditatorial, lhe pode conferir um lugar proeminente no exercício da própria cidadania. Mas para isso, seria necessário

que a retórica deixasse de ser um exclusivo de alguns, dos homens de marketing, das vendas, da publicidade, da política ou dos *media* e passasse a integrar a competência argumentativa dos seus próprios destinatários. Numa cultura democrática as diferentes opções de cada qual pressupõem uma igualdade de acesso à compreensão dos saberes, nomeadamente, dos que respeitem ao acto comunicativo. E, deste ponto de vista, o conhecimento retórico não pode nem deve constituir-se como excepção. A chamada "face negra" da retórica não se inscreve nela própria mas sim num elemento que lhe é exterior: a ignorância ou má-fé de quem dela se serve ou com ela se confronta. Seria por isso desejável que o actual recrudescimento do interesse teórico pela retórica pudesse servir de plataforma para a sua divulgação e estudo teórico-prático mais generalizado, a começar, no interior do próprio sistema de ensino oficial. Pode acontecer que esta sugestão, como de resto todo o texto do estudo que acabamos de apresentar, não passem de retórica. Mas sabemos agora que a nada mais poderíamos aspirar.

BIBLIOGRAFIA

Obras citadas:

AAVV, *Dicionário Enciclopédico Koogan-Larousse*, Rio de Janeiro: Editora Larousse do Brasil, Lda., 1979

AAVV, *Revista Comunicação & Política*, Rio de Janeiro: Centro de Estudos Superiores Latino-Americanos, 1996 (vol. III, nº. 2, nova série, Maio-Agosto)

Aristóteles, *Retórica*, Madrid: Alianza Editorial, 1998

Bellenger, L., *La Persuasion*, Paris: Presses Universitaires de France, 1996

Bitti, P. e Zani, B., *A comunicação como processo social*, Lisboa: Editorial Estampa, (2ª. ed.), 1997

Borgata, E. e Lambert, W., *Handbook of personality theory and research*, Chicago: Rand McNally, 1968

Breton, P., *A argumentação na comunicação*, Lisboa: Publicações D. Quixote, 1998

Carrilho, M. (org.), *Dicionário do Pensamento Contemporâneo*, Lisboa: Publicações D. Quixote, 1991

Carrilho, M. (org.), *Retórica e Comunicação*, Porto: Edições ASA, 1994

Chertok, L. *L'hypnose*, Paris: Éditions Payot, 1989

Damásio, A., *O Erro de Descartes*, Mem Martins: Public. Europa-América, (15ª. ed.), 1995

De Fleur, M. e Ball-Rokeach, *Teorías de la comunicación de masas*, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S. A., 1993

De Sousa, R., *The Rationality of Emotion*, Cambridge, MA: MIT Press, 1991

del Pino, C. (org.), *El discurso de la mentira*, Madrid: Alianza Editorial, 1998

Descartes, R., *Discurso do Método*, Porto: Porto Editora, 1988

Elias, N., *A sociedade dos indivíduos*, Lisboa: Publicações D. Quixote, 1993

Eysenck, H., *Verdades e mentiras da psicologia*, Lisboa: Editora Ulisseia, s./d.

Giddens, A., *Consequências da Modernidade*, Oeiras: Celta Editora, 1996

Goffman, E., *A apresentação do eu na vida de todos os dias*, Lisboa: Relógio D'Água,1993

Goleman, D., *Inteligência Emocional*, Lisboa: Círculo dos Leitores, 1996

Grácio, R., *Consequências da retórica*, Coimbra: Pé de Página Editores, 1998

Grácio, R., *Racionalidade argumentativa*, Porto: Edições ASA, 1993

Habermas, J., *Técnica e ciência como ideologia*, Lisboa: Edições 70, 1997

Hovland, C., Lumsdaine, A., Sheffield, F., *Experiments on mass communication*, Princeton, N. J.: Princeton University Press, 1949

Innerarity, D., *A Filosofia como uma das Belas Artes*, Lisboa: Editorial Teorema, Lda., 1996

Liguori, C., *El hipnotismo en 20 lecciones*, Barcelona: Editorial De Vecchi, S. A., 1979

Mellor, D. (org.), *Formas de comunicação*, Lisboa: Editora Teorema, 1995

Meyer, M., *Questões de retórica: linguagem, razão e sedução,* Lisboa: Edições 70, Lda., 1998

Michaux, D. (org.), *Hypnose, Langage et Communication*, Paris: Editions Imago, 1998

Moscovici, S., *L'Âge des foules*, Paris: Fayard, 1981

Nagel, T., *A última palavra*, Lisboa: Gradiva-Publicações, Lda, 1999

Perelman, C. e Olbrechts-Tyteca , L., *Tratado da argumentação*, S. Paulo: Martins Fontes, 1999

Perelman, C., *Ethique et Droit*, Éditions de l'Université de Bruxelles, 1990

Perelman, C., *Le Champ de L'argumentation*, Presses Universitaires de Bruxelles, 1970

Perelman, C., *O império retórico*, Porto: Edições ASA, 1993

Perelman, C., *Retóricas*, S. Paulo: Martins Fontes, 1997

Petty, R. e Cacioppo, J., *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*, Oxford: Westview Press, 1996

Platão, *Gorgias*, Lisboa: Edições 70, 1997

Rebelo, J. (org.), *Saber e poder*, Lisboa: Livros e Leituras, 1998

Reboul, A., *Introdução à retórica*, S. Paulo: Martins Fontes,1998

Rhodes, R., *O hipnotismo sem mistério*, Rio de Janeiro: Editora Record, (3ª. Ed.), s./d.

Ricoeur, P., *O Justo ou a essência da Justiça*, Lisboa: Instituto Piaget, 1997

Sartre, J. e Ferreira, V., *O Existencialismo é um humanismo*, Lisboa: Editorial Presença, 1978

Secord, P. e Backman, C., *Psicologia sociale*, Bolonha: Il Mulino, 1971

Touraine, A., *Crítica da Modernidade,* Lisboa: Instituto Piaget, 1994

Obras consultadas:

AAVV, *Lexicoteca-Moderna Enciclopédia Universal*: Lisboa: Circulo dos Leitores, 1984

Aguilar, P., *Manual del espectador inteligente*, Madrid, Editorial Fundamentos, 1996

Allan, D., *A Filosofia de Aristóteles*, Lisboa: Editorial Presença, 1970

Aristóteles, Topiques, Paris: Librairie Philosophique J. Vrin, 1965

Aurox, S. e Weil, Y., *Dicionário de Filosofia*, Porto: Edições ASA, 1993

Austin, J., *How to make things with words*, Oxford: Oxford University Press, 1975

Barthes, R., *Elementos de semiologia*, Lisboa: Edições 70, Lda., 1997

Barthes, R., *L'ancienne rhétorique*, Communications 16, Paris: Seuil, 1970

Barthes, R., *Lição*, Lisboa: Edições 70, Lda., 1997

Baudrillard, J., *Da sedução*, S. Paulo: Papirus, 1992

Benjamin, W., *Sobre arte, técnica, linguagem e política*, Lisboa: Relógio D'Água, 1992

Berlin, I., *A Busca do Ideal*, Lisboa: Editorial Bizâncio, 1998

Blackburn, S., *Dicionário de Filosofia*, Lisboa: Gradiva-Publicaações, Lda., 1997

Blasco, J., Grimaltos, T., Sánchez, D., *Signo y pensamiento*, Barcelona: Editorial Ariel, 1999

Bourdieu, P., *O que falar quer dizer,* Lisboa: Difel Editorial, Lda., 1998

Bourdieu, P., *O poder simbólico,* Lisboa: Difel-Difusão Editorial, Lda., 1994

Breton, P., *L'utopie de la communication*, Paris: La Découverte, 1997

Carrilho, M., *Jogos de racionalidade*, Porto: Edições ASA, 1994

Carrilho, M., *Verdade, suspeita e argumentação*, Lisboa: Editorial Presença, 1990

Chartier, R., *El mundo como representación*, Barcelona: Editorial Gedisa, S.A., 1996

Châtelet, F., *História da Filosofia-A Filosofia Pagã*, Lisboa: Publicações D. Quixote, 1974

Chauchard, P., *Sugestão e auto-sugestão*, Lisboa: Livros do Brasil, s./d.

Debray, R., *L'état séducteur*, Paris: Gallimard, 1993

Ducrot, O. e Todorov, T., *Dicionário das ciências da linguagem*, (5ª. Ed.), Lisboa: Publicações D. Quixote, 1978

Dumont, J., *La Philosophie Antique*, Paris: PUF, 1961

Evans, J., *Aristotle's Concept of Dialectic*, Cambridge: Cambr. Univ. Press, 1977

Feyerabend, P., *Diálogo sobre o método*, Lisboa: Editorial Presença, 1991

Fidalgo, A., *Semiótica: a lógica da comunicação*, Covilhã: Universidade da Beira Interior, 1998

Finley, M., *Os gregos antigos*, Lisboa: Edições 70, 1984

Foulcault, M., *A ordem do discurso*, Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1997

Foulquié, P., *A vontade*, Mem Martins: Publicações Europa-América, 1976

Ganascia, J., *Les sciences cognitives*, Paris: Flammarion, 1996

Gernet, L., *Anthropologie de la Grèce Antique*, Paris: Flammarion, 1982

Goleman, D., *Trabalhar com inteligência emocional*, Lisboa: Círculo dos Leitores, 1999

Habermas, J., *Consciência moral e agir comunicativo*, Rio de Janeiro: Edições Tempo Brasileiro, Lda., 1989

Helbo, A., (org.) *Sémiologie de la représentatiton,* Bruxelles: Editions Complexe, 1975

Hessen, J., *Filosofia dos valores*, (4ª. ed.), Coimbra: Arménio Amado, Editor, Sucessor, 1974

Jeoffroy-Faggianelli, P., *Metodologia da expressão*, Lisboa: Ed. Notícias, 1981

Joyce-Moniz, L., *A modificação do comportamento*, Lisboa: Livros Horizonte, 1979

Kant, I., *Crítica da razão pura*, Lisboa: Edição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1994

Kerbrat-Orecchioni, C., *La conversation*, Paris, Èditions du Seuil, 1996

Lévèque, P., A *Aventura Grega*, Lisboa: Cosmos, 1970

Luhmann, N., *A improbabilidade da comunicação*, Lisboa: Vega Limitada, 1993

Maffesoli, M., *O conhecimento do quotidiano*, Lisboa: Vega e Michel Maffesoli, s./d.

Marina, J., *El misterio de la voluntad perdida*, Barcelona: Editorial Anagrama, S.A., 1997

Marina, J., *Ética para náufragos*, Barcelona: Editorial Anagrama, S.A., (5ª. ed.),1996

Meyer, M., *Lógica, linguagem e argumentação*, Lisboa: Editorial Teorema, Lda., 1992

Meyer, M., *O filósofo e as paixões*, Porto: Edições ASA, 1994

Nagel, T., *Que quer dizer tudo isto?*, Lisboa: Gradiva-Publicações, Lda., 1997

Nietzsche, F., *Da retórica*, Lisboa: Vega, Limitada, 1995

Ortega y Gasset, J., *Historia como sistema y otros ensayos de Filosofía*, Madrid: Alianza Editorial, S.A., 1997

Osakab, H., *Argumentação e dircurso político*, S. Paulo: Livraria Martins Fontes Editora, Lda., (2ª. Ed.), 1999

Palmarini, M., *A ilusão do saber*, Lisboa: Círculo dos Leitores, 1997

Paquete de Oliveira, J. at al., *A comunicação no quotidiano português*, Lisboa: Relógio D'Água, CES/ISCTE e os autores, (edição nº. 11), 1994

Pessis-Pasternak, G., *Será preciso queimar Descartes?*, Lisboa: Relógio D'Água, 1993

Piaget, J. e Fraisse, P., *Tratado de psicologia experimental*, S. Paulo: Companhia Editora Forense, 1969

Platão, *Diálogos III - Apologia de Sócrates, Críton e Fredon*, Mem Martins: Europa-América, s./d.

Platão, *Fedro*, Lisboa: Guimarães Editores, (5ª. ed.), 1994

Platão, *Protágoras, Gorgias, Carta Séptima*, Madrid: Alianza Editorial, 1998

Quintás, A., *La revolución oculta*, Madrid: PPC, Editorial y Distribuidora, S. A., 1998

Ramonet, I., *La tiranía de la comunicación*, Madrid: Editorial Debate, S. A., 1998

Ricoeur, P., *La métaphore vive*, Paris: Éditions du Seuil, 1997

Ricouer, P., *El discurso de la accion*, Madrid: Ediciones Cátedra, S.A., 1988

Rivaud, A., *Histoire de la Philosophie*, Paris: PUF, 1960

Rodrigues, A., *Dimensões pragmáticas do sentido*, Lisboa: Edições Cosmos e Adriano Duarte Rodrigues, 1996

Rodrigues, A., *Estratégias da comunicação*, Lisboa: Editorial Presença, 1997

Rodrigues, I., *Sinais conversacionais de alternância de vez*, Porto: Granito, Editores e Livreiros, Lda., 1998

Rogers, C., *Terapia centrada no paciente*, Lisboa: Moraes Editores, 1974

Roselló, C., *Persuasión oculta*, Madrid: Edimarco, 1998

Santos, B., *Um discurso sobre as ciências*, Porto: Edições Afrontamento, (11ª. ed.), 1999

Saperas, E., *Os efeitos cognitivos da comunicaçao de massas*, Porto: Edições ASA, 1993

Sartori, G., *Homo videns - La sociedad teledirigida*, Madrid: Santillana, S. A. Taurus, 1998

Saussurre, F., *Curso de linguística geral*, (20ª. ed.), S. Paulo: Cultrix, 1995

Searle, J., *A redescoberta da mente*, Lisboa: Instituto Piaget, 1998

Searle, J., *Os actos de fala*, Coimbra: Livraria Almedina, 1984

Sfez, L., *Crítica da comunicação*, Lisboa: Instituto Piaget, 1994

Sfez, L., *Crítica da decisão*, Lisboa: Publicações D. Quixote,1990

Stuart Mill, J., *Sobre la libertad*, Madrid: Alianza Editorial, S.A., 1997

Sumpf, J., Grander, G., Bouveresse, J. , Gauvin, J., *Filosofia da linguagem*, Coimbra: Livraria Almedina, 1973

Todorov, T., *la vida en común*, Madrid: Santillana, S. A. Taurus, 1995

Todorov, T., *Teorias do símbolo*, Lisboa: Edições 70, 1979

Touraine, A., *Iguais e Diferentes – Poderemos viver juntos?*, Lisboa: Instituto Piaget, 1998

Watzlawick, P., Beavin, J., Jackson, D., *Une logique de la communication*, Paris*:* Éditions du Seuil, 1997

Watzlawick, P., Beavin, J., Jackson, D., *Pragmática da comunicação humana*, S. Paulo: Editora Cultrix, Lda., 1997

Waxman, D., *Hipnose-Descoberta e uso clínico*, Lisboa: Editorial Querco, Lda., 1983

Weston, A., *A arte de argumentar*, Lisboa: Gradiva-Publicações, Lda., 1996

Wittgenstein, L., *Tratado lógico-filosófico,investigações filosó-ficas*, (2ª. ed.), Lisboa: Gulbenkian, 1995

Wolf, M., *Teorias da comunicação*, Lisboa: Editorial Presença, (4ª. Ed.) 1995

i
ii
3
4
5
6
7
8

1
1
1
1
1
1
1
1
1
1
2
2
2
2
2
2
2
2
2
2
3
3
3
3
3
3
3